



AKTIV
CLEVER
ER
IN > 80

LÄNDERN

1.026 Mitarbeiter
Menschen *innovativ* hoch-
& Ideen wertige
INNOVATION Marken-
UND QUALITÄT produkte

219,5 Mio Euro
Umsatz 2013

POS EXCELLENCE

ICH VERTRAU

AUF LEIFHEIT

effizient
Fokus auf
Marke und
Marge

FOKUS-
MÄRKTE

VERTRIEB IN
INTERNATIONALEN
MÄRKTEN

*verbraucher-
relevante
Produktinno-
vationen*

Qualität

AUF EINEN BLICK

- Konzernumsatz stabil mit 108,3 Mio €
- Markengeschäft wächst mit circa 2 Prozent
- Bruttomarge verbessert auf 47,4 Prozent
- EBIT steigt auf 8,1 Mio €
- Gesamtjahresprognose bestätigt

KONZERNKENNZAHLEN ZUM 30. JUNI

		2013	2014	Veränderung
Umsatz¹⁾				
Konzern	Mio €	108,8	108,3	-0,6 %
Markengeschäft	Mio €	88,7	90,4	1,8 %
Volumengeschäft	Mio €	20,1	17,9	-11,1 %
Auslandsanteil	%	55,0	54,2	-0,8 PP
Rentabilität				
Bruttomarge	%	43,6	47,4	3,8 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	11,3	10,6	-6,0 %
Free Cashflow	Mio €	9,7	8,8	-9,3 %
EBIT	Mio €	5,0	8,1	62,7 %
EBIT-Marge	%	4,5	7,5	3,0 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	4,2	7,4	74,7 %
Periodenergebnis	Mio €	3,3	5,2	59,0 %
Mitarbeiter				
Konzern	Personen	1.019	1.035	1,6 %
Investitionen in Sachanlagen				
	Mio €	1,5	1,8	22,3 %

¹⁾ Umsatz 2013 bereinigt um Restverkäufe aus dem Ende 2012 aufgegebenen Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte in Höhe von 1,5 Mio €

VORWORT

Sehr geehrte Aktionärinnen, sehr geehrte Aktionäre,

unser Unternehmen ist im ersten Halbjahr auf Kurs geblieben. Mit stabilen Umsatzerlösen von 108,3 Mio € liegen wir auf dem Niveau des Vorjahres und im Rahmen unserer Prognose für 2014. Unsere strategischen Weichenstellungen zeigen Wirkung: Im Segment Markengeschäft zogen die Umsätze um 1,8 Prozent an und erreichten 90,4 Mio €. Rückenwind erhielten wir durch die für uns vorteilhaften Witterungsbedingungen mit milden Temperaturen im ersten Halbjahr. Umsatzhemmend wirkte dagegen das Marktausscheiden eines wichtigen Kunden im Baumarktbereich Ende vergangenen Jahres. Dies galt es für uns, über andere Vertriebskanäle auszugleichen. Weiterer negativer Effekt waren die politischen Unruhen in der Ukraine und deren Einfluss auf die gesamte Region Osteuropa. Diese Entwicklung ging auch an uns nicht vorbei und beeinflusste spürbar unsere Expansionsbemühungen in dieser Region.

Die Umsatzerlöse im Segment Volumengeschäft beliefen sich auf 17,9 Mio €, ein Rückgang um rund elf Prozent verglichen mit dem Vorjahreszeitraum. Dies ist einerseits auf die Teilauslistung bei einem französischen Handelskunden zurückzuführen, steht aber andererseits auch im Einklang mit unserer Zielsetzung, das Volumengeschäft besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität zu führen.

In den ersten sechs Monaten erzielten wir ein deutliches Wachstum des operativen Ergebnisses (EBIT) von 5,0 Mio € auf 8,1 Mio €. Bezogen auf den Umsatz ergibt sich damit eine EBIT-Marge von 7,5 Prozent. Dies dokumentiert unsere konsequente Ausrichtung auf margenstarke Produkte sowie unsere strikte Kostendisziplin. Analog zur EBIT-Entwicklung stieg das Vorsteuerergebnis (EBT) von 4,2 Mio € auf 7,4 Mio €. Unsere Fokussierung auf die Marge schlug sich positiv auf die Entwicklung der Bruttomarge nieder. Diese lag mit 47,4 Prozent (Vorjahr: 43,6 Prozent) noch einmal höher als im Vorjahreszeitraum.

Im ersten Halbjahr haben wir eine Reihe strategischer Maßnahmen vorangetrieben. Im Rahmen der Strategie „Leifheit GO!“ überprüfen wir in regelmäßigen Intervallen Ziele und Maßnahmen für unsere Fokusbänder und stellen unsere Länderstrategien auf den Prüfstand. Damit reagieren wir nun schneller und flexibler auf sich ändernde Rahmenbedingungen und schaffen zudem Synergien auf Vertriebs-ebene. Ein erster Beleg unserer Anstrengungen sind die erfreulichen Wachstumswahlen aus unseren südeuropäischen Fokusbändern – insbesondere in Italien und Spanien. Auch unsere Anstrengungen im E-Commerce tragen Früchte. Im ersten Halbjahr verbuchten wir erneut einen Umsatzanstieg von rund 29 Prozent in diesem

Vertriebskanal. Haupttreiber dieser Steigerung war Deutschland, gefolgt von der Tschechischen Republik und Frankreich.

Im Rahmen unserer POS-Excellence-Initiative haben wir unser erfolgreiches Konzept über die Grenzen Deutschlands hinaus in den stationären Handel eingeführt. In den ersten sechs Monaten installierten wir insgesamt 35 neue Shop-Systeme in Europa: neben Deutschland vor allem in Italien und der Tschechischen Republik. Für die zweite Jahreshälfte planen wir weitere Einheiten insbesondere in Österreich.

Unsere Marketingkampagne „Die Siegertypen 2014“ ist im ersten Halbjahr erfolgreich angelaufen. Bis Ende Juni haben wir über 4.000 „Siegertypen“-Zweitplatzierungen und eine hohe Anzahl an Vermarktungs-Tools in den stationären Handel gebracht und die Resonanz der Verbraucher stimmt uns positiv. Darüber hinaus waren Leifheit-Präsentatoren an über 2.300 Einsatztagen mit Produktshows und Produktvorführungen bei fast 950 Handelspartnern präsent. Unser Ziel ist es, die Marke Leifheit über alle Kategorien hinweg aufmerksamkeitsstark und emotional aufzuladen und den Produktmehrwert für den Verbraucher direkt vor Ort am Point of Sale zu kommunizieren.

Trotz unserer Erfolge im Vertrieb halten wir für das Gesamtjahr 2014 an unserer konservativen Prognose fest, da es immer noch viele – auch politische – Unwägbarkeiten gibt. Unser Ziel ist es weiterhin, auf Konzernebene Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013 zu erreichen. Wir legen den Fokus unverändert auf das Markengeschäft und erwarten uns hier ein Umsatzwachstum von ein bis drei Prozent. Das Volumengeschäft werden wir weiterhin unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen und gehen auf Gesamtjahressicht von einer rückläufigen Umsatzentwicklung aus. Zudem rechnen wir für das Gesamtjahr 2014 mit einem operativen Ergebnis (EBIT) auf dem guten Niveau von 2013 (14,9 Mio €) als Resultat der erwarteten stabilen Umsatzentwicklung und der bestehenden Konzentration auf die Verbesserung der Margen bei gleichzeitiger Kostendisziplin.

Mit freundlichen Grüßen



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

DIE LEIFHEIT-AKTIE

Finanzmärkte bleiben verhalten im ersten Halbjahr

Trotz einer soliden Konjunktur, der weiterhin attraktiven Bewertung vieler Aktientitel und einem anhaltend niedrigen Zinsniveau, entwickelten sich die meisten Leitindizes im Laufe des ersten Halbjahres verhalten positiv. Der SDAX – Vergleichsindex für die Leifheit-Aktie – bewegte sich bis Mitte Mai um den Wert von 7.100 Punkten. Sein Verlauf war geprägt von hoher Volatilität. Nach einem deutlichen Anstieg Ende Mai erreichte der Index am 9. Juni 2014 mit 7.571 Punkten seinen höchsten Stand im ersten Halbjahr. Zum 30. Juni 2014 schloss der SDAX wieder etwas niedriger bei 7.385 Punkten. Im Vergleich zum Schlusskurs 2013 entspricht dies einem Kursplus von knapp neun Prozent.

Leifheit-Aktie im Aufwärtstrend

Der Kurs der Leifheit-Aktie (ISIN DE0006464506) legte zu Beginn des Jahres 2014 deutlich zu, bevor er – analog zur Marktentwicklung – bis Mitte März in eine Seitwärtsbewegung überging. Mit der Veröffentlichung des Konzernabschlusses setzte unsere Aktie ab Mitte März zu einer deutlichen Aufwärtsbewegung an. Im Anschluss an die Veröffentlichung der Quartalszahlen Mitte Mai erreichte sie am 20. Mai ihren Höchstkurs im ersten Halbjahr von 45,50 €. Unsere Aktie schloss am 30. Juni 2014 bei 41,70 €. Dies entspricht einem Kursplus von knapp 35 Prozent im Vergleich zum Schlusskurs 2013. Die Leifheit-Aktie übertraf die Entwicklung des Vergleichsindex SDAX damit im ersten Halbjahr um 26 Prozentpunkte.

Die Marktkapitalisierung der Leifheit AG lag Ende Juni bei rund 208 Mio € und erhöhte sich im Vergleich zum Ende des ersten Quartals um 28 Mio € (31. März 2014: 180 Mio €).

Gestiegenes Handelsvolumen und veränderte Aktionärsstruktur

Im Vergleich zum durchschnittlichen Handelsvolumen im ersten Quartal stieg die Anzahl der gehandelten Aktien im zweiten Quartal auf durchschnittlich 2.701 Aktien pro Tag (Q1 2014: 1.984).

Gemäß unserem im Jahre 2011 aufgelegten Belegschaftsaktienprogramm ermöglichten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Anschluss an die diesjährige Hauptversammlung erneut den Erwerb von Belegschaftsaktien. Die Ausgabe erfolgte aus eigenen Aktien. Entsprechend sank der Anteil der gehaltenen eigenen Anteile kurz nach Ende der Berichtsperiode von 5,01 Prozent auf 4,97 Prozent. Wir freuen uns über das Interesse unserer Mitarbeiter, in unser Unternehmen zu investieren und damit am Erfolg der Gesellschaft teilzuhaben.

Die Aktionärsstruktur zeigt sich somit aktuell wie folgt:

Home Beteiligungen GmbH, München	50,27 %
MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald	10,03 %
Joachim Loh, Haiger	8,26 %
Leifheit AG, Nassau	4,97 %
Free Float (Streubesitz)	26,47 %

Intensiver Austausch mit dem Kapitalmarkt

Im Verlauf der Hauptversammlung am 22. Mai 2014 präsentierten wir unseren Aktionären ausführlich die Geschäftszahlen für das Jahr 2013 und stellten uns den Fragen der Anleger. Ferner veranstalteten wir im zweiten Quartal zwei Roadshows und präsentierten unser Unternehmen auf mehreren Kapitalmarktkonferenzen. Wir nutzten diese Gelegenheiten zum umfassenden und persönlichen Austausch mit Analysten und institutionellen Anlegern.

Im zweiten Quartal 2014 haben insgesamt vier Analysten Studien zur Leifheit-Aktie veröffentlicht. Aktuelle Analystenurteile lauten auf „Kaufen“ oder „Halten“ mit Kurszielen zwischen 38,00 € und 45,00 € für die nächsten zwölf Monate.

ZWISCHENLAGEBERICHT

Grundlagen des Konzerns

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln. Das Unternehmen steht für hochwertige und innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und wegweisenden Designs. Wir sind in über 80 Ländern an 15 eigenen Standorten aktiv.

Wir gliedern unser operatives Geschäft in zwei Segmente:

Im Markengeschäft vertreiben wir unsere Produkte unter den zwei bekannten Marken Leifheit und Soehnle. Die Produkte unseres Markengeschäfts zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit besonderem Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten.

Zum Volumengeschäft des Leifheit-Konzerns zählen die französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft. Wir bieten hier Produktsortimente in mittlerer Preislage sowie kundenspezifische Produktentwicklungen und deren Fertigung sowie Lohnfertigungen im Auftrag Dritter an.

Über beide Unternehmensbereiche hinweg konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Wir konzipieren unsere Produkte mithilfe eigener Entwicklungsabteilungen. Hiervon profitiert insbesondere das innovationsgetriebene Markengeschäft. Die Fertigung erfolgt sowohl in eigenen Produktionsstätten in Deutschland, der Tschechischen Republik und Frankreich als auch bei externen Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens. Wir vertreiben unsere Produkte vorwiegend in Deutschland und Europa – darüber hinaus in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost. Der Vertrieb erfolgt im stationären Handel vor allem über große Handelsketten und den Großhandel. Weiterhin nutzen wir verstärkt moderne Distributionskanäle wie beispielsweise den Distanzhandel beziehungsweise E-Commerce.

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Die Aktien der Leifheit AG sind für den Prime Standard an der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen und werden an allen deutschen Börsenplätzen gehandelt (ISIN DE0006464506). Zum 30. Juni 2014 betrug die Marktkapitalisierung rund 208 Mio €. Die Gesellschaft ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Montabaur unter HRB 2857, Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn.

Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG in Deutschland sind Nassau (Verwaltung und Produktion) und Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland drei rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen. Die Leifheit AG besitzt elf direkte oder indirekte Tochterunternehmen.

Personelle Veränderungen in den Organen

Zum 1. Januar 2014 wurde Herr Thomas Radke zum Vorsitzenden des Vorstands bestellt. Er verantwortet neben dem Vorstandsvorsitz die Bereiche Marketing, Entwicklung sowie Vertrieb und seit 1. Mai 2014 auch den Bereich Personal.

Die ordentliche Hauptversammlung hat am 22. Mai 2014 die bisherigen Mitglieder wieder in den Aufsichtsrat gewählt:

- a) Karsten Schmidt, Penzberg,
Vorstandsvorsitzender der Ravensburger AG mit Sitz in Ravensburg
- b) Dr. Robert Schuler-Voith, München,
Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH mit Sitz in München
- c) Dr. Friedrich M. Thomée, Ascona/Schweiz,
Geschäftsführender Gesellschafter der Thomée Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG mit Sitz in Wolfsburg
- d) Helmut Zahn, Starnberg,
Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH mit Sitz in München

Die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat wurden am 13. Mai 2014 gewählt. Es sind die Herren Baldur Groß, Berg, Energieelektroniker der Leifheit AG, und Thomas Standke, Scheidt, Werkzeugmacher der Leifheit AG, der auch dem letzten Aufsichtsrat angehörte. Herr Dieter Metz, Schweighausen, ist mit Ablauf der Hauptversammlung am 22. Mai 2014 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden.

Der Aufsichtsrat hat wie bisher Herrn Helmut Zahn zu seinem Vorsitzenden und Herrn Dr. Robert Schuler-Voith zu seinem stellvertretenden Vorsitzenden bestimmt.

Darüber hinaus gab es im Berichtszeitraum keine personellen Veränderungen in den Organen der Leifheit AG.

Wirtschaftliches Umfeld

Weltwirtschaft entwickelt sich uneinheitlich

Im ersten Halbjahr 2014 wurde die Weltwirtschaft von zwei gegenläufigen Entwicklungen beeinflusst: Einerseits die Stabilisierung der Wirtschaftsleistung in den Vereinigten Staaten und Europa und andererseits die Verlangsamung des Wachstums in vielen Schwellenländern – insbesondere in China. Die politischen Unruhen in der Ukraine führten zu zusätzlichen Unsicherheiten. Insgesamt wird für das erste Halbjahr aber mit einem leichten Wachstum der Weltwirtschaft gerechnet. Für die Eurozone hat der IWF seine Aussichten im zweiten Quartal geringfügig gesenkt, geht aber dennoch weiterhin von einem Wachstum aus. In Russland sieht der IWF aufgrund der anhaltenden Unruhen klare Anzeichen für eine drohende Rezession. In Deutschland bleibt der stabile Inlandskonsum, gepaart mit der guten Arbeitsmarktsituation, weiterhin der Haupttreiber für die positive Konjunktur und weiteres Wirtschaftswachstum.

Konsumklima zeigt sich stabil

Der Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft ist laut ifo-Institut im Juni leicht gesunken auf 109,7 Punkte (Vormonat: 110,4 Punkte). Im Quartalsvergleich ergab sich ebenfalls eine geringfügige Verschlechterung vom ersten zum zweiten Quartal 2014. Ein Grund hierfür sind die anhaltenden Unruhen in der Ukraine. Nichts desto trotz schätzen die Unternehmen die aktuelle Geschäftslage unverändert als gut ein. Laut ifo-Institut hat sich das Geschäftsklima speziell im Einzelhandel merklich verbessert und ist auf dem höchsten Stand seit mehr als zwei Jahren.

Trotz einer leicht abflauenden Einkommenserwartung zeigt sich das Konsumklima in Deutschland stabil. Gründe hierfür sind die geringere Sparneigung durch niedrige Zinsen und ein solider Arbeitsmarkt. Der private Konsum bleibt mit einem Anteil von 60 Prozent an der gesamtwirtschaftlichen Konjunktur ein wichtiger Stützpfeiler.

Im ersten Halbjahr 2014 stiegen die Ausgaben der privaten Haushalte laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) an, da die Konjunkturaussichten nach Einschätzung der Verbraucher trotz der internationalen Unsicherheiten wieder Fahrt aufnehmen. Dennoch erwartet der Handelsverband Deutschland (HDE) für den Einzelhandel nur ein moderates Wachstum von eineinhalb Prozent für das gesamte Jahr, da private Haushalte vor allem weiterhin größere Investitionen tätigen.

Währungsentwicklung

Im ersten Halbjahr 2014 zog der Wechselkurs des Euro zum US Dollar zunächst an, bevor es sich zum Ende der ersten sechs Monate auf dem Niveau des Jahresendkurses 2013 stabilisierte. Am 30. Juni 2014 bezahlte man für einen Euro 1,37 US Dollar.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Geschäftsverlauf

Zum 31. Dezember 2012 beendeten wir den Lizenzvertrag über die Nutzung der Namensrechte an der Marke Dr. Oetker Backgeräte. In den ersten sechs Monaten 2013 wurden im Rahmen der Restabwicklung noch Abverkäufe in Höhe von 1,5 Mio € getätigt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden in der folgenden Kommentierung die Umsätze des Vorjahres bereinigt dargestellt.

Konzernumsatz stabil auf Vorjahrsniveau

Der Leifheit-Konzern erzielte in den ersten sechs Monaten 2014 mit 108,3 Mio € (Vorjahr: 108,8 Mio €) Umsatzerlöse auf dem Niveau des Vorjahres. Weiterhin zeigte sich das Markengeschäft als Hauptumsatztreiber, wohingegen die Umsatzerlöse im Volumengeschäft zurückgingen.

Die wesentlichen Absatzregionen entwickelten sich im ersten Halbjahr unterschiedlich: Die Umsätze in unserem Heimatmarkt Deutschland stiegen um 1,2 Prozent auf 49,6 Mio € (Vorjahr: 49,0 Mio €). In den Ländern Zentraleuropas (ohne Deutschland) blieben die Umsätze mit 45,5 Mio € (Vorjahr: 45,5 Mio €) stabil. Der erfreulichen Entwicklung in Italien, Spanien und Großbritannien mit zum Teil zweistelligen Wachstumsraten standen Umsatzrückgänge in der Schweiz gegenüber.

In Osteuropa lagen die Umsätze mit 8,4 Mio € (Vorjahr: 8,8 Mio €) unter dem Vorjahrsniveau. In dieser Region beeinflusste weiterhin die instabile politische Lage unsere Vertriebs- und Expansionsbemühungen. Die Länder Russland und Ukraine zeigten die höchsten Umsatzrückgänge. Positive Akzente in der Umsatzentwicklung setzten unsere Fokusländer Tschechische Republik und Polen.

Die Umsatzerlöse in den übrigen Regionen der Welt beliefen sich auf 4,8 Mio € (Vorjahr: 5,5 Mio €), unter anderem aufgrund unserer strategischen Entscheidung, die Vertriebsaktivitäten auf unsere europäischen Fokusländer zu konzentrieren.

Die Umsatzanteile nach Regionen gliederten sich im Berichtszeitraum folgendermaßen: 45,8 Prozent entfielen auf unseren Heimatmarkt Deutschland, 42,0 Prozent erwirtschafteten wir in der Region Zentraleuropa, 7,7 Prozent in Osteuropa und 4,5 Prozent in den übrigen Regionen der Welt. Der Auslandsanteil lag mit 54,2 Prozent etwa auf dem Wert des Vorjahrszeitraums (55,0 Prozent).

Im zweiten Quartal erreichten die Konzernenerlöse 52,4 Mio € (Vorjahr: 53,3 Mio €) – ein Minus von 1,8 Prozent.

Solides Wachstum im Markengeschäft

Im Markengeschäft als tragende Säule unseres Unternehmens setzten wir in den ersten sechs Monaten des Jahres 90,4 Mio € (Vorjahr: 88,7 Mio €) und damit 1,8 Prozent mehr um als im Vergleichszeitraum 2013. Wie bereits in den ersten drei Monaten, machte sich auch im zweiten Quartal 2014 das Ausscheiden eines bedeutenden Baumarktkunden aus dem Markt bemerkbar. Fehlende Umsätze konnten wir aber in anderen Handelskanälen erfolgreich ausgleichen. Das vor diesem Hintergrund erzielte Wachstum resultierte vor allem aus unseren verstärkten Aktivitäten in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege.

Gemessen am Konzernumsatz stieg der Anteil des Markengeschäfts um 1,9 Prozentpunkte auf 83,5 Prozent (Vorjahr: 81,6 Prozent). Wir planen, diesen Anteil im Rahmen unserer Strategie weiter zu steigern. Diese sieht für das aktuelle Jahr eine Fokussierung auf „Marke und Marge“ vor. Entsprechend forcieren wir das Geschäft mit innovativen Markenprodukten unter den Marken Leifheit und Soehnle.

In Deutschland legten wir im Markengeschäft mit einem Umsatzplus von 3,0 Prozent auf 47,8 Mio € (Vorjahr: 46,4 Mio €) deutlich zu. Wir profitierten hier von der stabilen Binnennachfrage im ersten Halbjahr.

Sehr erfreulich waren auch die Umsätze in der Region Zentraleuropa. Sie stiegen um 4,8 Prozent auf 31,1 Mio € (Vorjahr: 29,7 Mio €). Neben Frankreich und Großbritannien legten auch die südeuropäischen Länder wie Spanien und Italien wieder zu.

Die Umsatzerlöse in den Ländern Osteuropas lagen im ersten Halbjahr 2014 mit 8,4 Mio € unter den Vergleichswerten der Vorjahresperiode (8,8 Mio €). Wie bereits erwähnt, waren die anhaltenden politischen Unruhen in der Ukraine Gründe hierfür. Diese beeinflussten unsere Expansionspläne in der Region Osteuropa negativ. Entsprechend mussten wir in Russland und in der Ukraine im Vergleich zum Vorjahr Rückgänge hinnehmen. Dagegen erzielten wir in der Tschechischen Republik und in Polen deutliche Wachstumsraten. Dies konnte aber den Umsatzrückgang der anderen osteuropäischen Länder nicht kompensieren.

In den übrigen Regionen der Welt beliefen sich die Umsatzerlöse im Markengeschäft auf 3,1 Mio € (Vorjahr: 3,8 Mio €). Wir verzeichneten Rückgänge vor allem in Fernost, Südamerika und Australien. Sehr zufriedenstellend waren die Umsätze in den Vereinigten Staaten. Hier arbeiten wir seit 2014 für unsere Markenprodukte mit einem neuen Distributor zusammen. Wir erwarten uns weitere positive Impulse für die zweite Hälfte dieses Jahres.

Unsere vier Produktkategorien im Segment Markengeschäft entwickelten sich im Detail wie folgt:

Die Produktkategorie **Reinigen** verbesserte ihre Umsatzerlöse im ersten Halbjahr um 10,1 Prozent auf 29,2 Mio € (Vorjahr: 26,5 Mio €). Ein Grund hierfür war neben der anhaltend freundlichen Witterungslage die stabile Nachfrage nach der im zweiten Quartal 2013 eingeführten Produktinnovation Fenstersauger. Rund die Hälfte der Umsatzsteigerung erzielten wir in unserem Heimatmarkt Deutschland. Unsere intensiven Vertriebsmaßnahmen am Point of Sale entfalteten in den Vertriebskanälen Baumarkt und SB-Warenhaus ihre Wirkung und sorgten dort für eine erfreuliche Nachfragesteigerung. Außerhalb Deutschlands trugen vor allem die Länder Frankreich, Niederlande und Großbritannien am stärksten zum Wachstum bei.

Mit einem Umsatz von 41,4 Mio € (Vorjahr: 40,2 Mio €) blieb **Wäschepflege** weiterhin die umsatzstärkste Produktkategorie im ersten Halbjahr. Das Wachstum von 3,0 Prozent erzielten wir insbesondere durch einen höheren Absatz von Wäschespinnen. Dahingegen blieben die Umsatzerlöse mit Bügel- und Druckdampfbügelprodukten hinter dem Vorjahreswert zurück. In diesem Bereich haben wir jedoch unser Sortiment neu aufgestellt: Die Bügelflächen unserer Air-Serie wurden mit dem hochwertigen und sehr leichten Spezialkunststoff EPP ausgestattet. Die Vorteile des neuen Materials liegen im leichten Aufbau und Transport der Bügeltische, im höheren Bügelkomfort und in der Zeitersparnis beim Bügeln. Wir erwarten, dass sich die Vorzüge des neuen Sortimentkonzeptes im Laufe des zweiten Halbjahres positiv auf die Umsatzerlöse bei Bügel- und Druckdampfbügelprodukten auswirken werden.

Unsere Produktkategorie **Küche** verbuchte in den ersten sechs Monaten 2014 einen Rückgang der Umsatzerlöse um 2,4 Prozent auf 8,3 Mio € (Vorjahr: 8,4 Mio €). Wie bereits im ersten Quartal standen dem Wachstum im Inland Umsatzrückgänge in Ländern außerhalb Europas gegenüber. Neben dem E-Commerce-Kanal trugen der traditionelle Versandhandel und der Vertriebskanal SB-Warenhaus zum Umsatzplus innerhalb Deutschlands bei.

Die Umsätze der Marke Soehnle fassen wir unter der Produktkategorie **Wellbeing** zusammen. Diese beliefen sich in den ersten sechs Monaten auf 11,5 Mio € (Vorjahr: 13,6 Mio €). Im In- und Ausland gingen die Umsatzerlöse mit Küchen- und Personenwaagen zurück, was speziell in Zentraleuropa auf eine verschärfte Wettbewerbssituation zurückzuführen war. Besonders außerhalb Europas machten sich fehlende Aktions- und Spotgeschäfte bemerkbar. Hierbei handelt es sich um großvolumige Kontrakte mit Einzelprodukten.

Innerhalb der Produktkategorie Wellbeing entwickelte sich unser Relax-Sortiment stabil. Allerdings blieben aufgrund der milden Temperaturen im ersten Halbjahr die Abverkäufe unserer Wärme-Produkte hinter unseren Erwartungen zurück.

Umsatzentwicklung im Volumengeschäft unter Vorjahr

Im Rahmen der strategischen Konzentration auf unser Markengeschäft sowie aufgrund der Teilauslistung bei einem bedeutenden französischen Kunden, haben sich die Umsatzerlöse im Volumengeschäft wie erwartet im ersten Halbjahr 2014 rückläufig entwickelt. Wir erzielten in diesem Segment 17,9 Mio € Umsatz (Vorjahr: 20,1 Mio €) und damit um 11,1 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Der Anteil des Volumengeschäfts am Gesamtumsatz ging entsprechend auf 16,5 Prozent (Vorjahr: 18,4 Prozent) zurück.

In Deutschland verbuchten wir im ersten Halbjahr 2014 Umsatzerlöse von 1,8 Mio € (Vorjahr: 2,6 Mio €). Das Ausscheiden eines bedeutenden Baumarktkunden aus dem Markt und das damit verbundene fehlende Volumen, machte sich insbesondere in der Produktkategorie Wäschepflege bemerkbar. Die Umsatzerlöse in Zentraleuropa beliefen sich auf 14,4 Mio € (Vorjahr: 15,8 Mio €). In Übersee waren die Umsätze mit 1,7 Mio € (Vorjahr: 1,7 Mio €) stabil. In Osteuropa sind wir aktuell nicht mit Produkten aus diesem Segment aktiv.

Die Produktkategorien des Volumengeschäfts entwickelten sich im Detail wie folgt:

In der Kategorie **Reinigen** realisierten wir im ersten Halbjahr 2014 wie im Vorjahreszeitraum planmäßig keine nennenswerten Umsätze.

Die Umsatzerlöse in unserer Produktkategorie **Wäschepflege** erreichten in den ersten sechs Monaten 5,7 Mio € (Vorjahr: 5,9 Mio €). Wir generieren unsere Umsatzerlöse in dieser Produktkategorie hauptsächlich mit unserer französischen Tochtergesellschaft Herby. Diese erreichte im Berichtszeitraum ein Wachstum von 6,8 Prozent auf 4,8 Mio € (Vorjahr: 4,5 Mio €).

Unsere Produktkategorie **Küche** blieb im Berichtszeitraum mit Umsatzerlösen von 11,2 Mio € (Vorjahr: 12,2 Mio €) unter dem Niveau des Vorjahres. Der Anteil an den Gesamtumsätzen des Volumengeschäfts betrug damit weiterhin rund zwei Drittel. Wir erzielen die Umsätze in dieser Kategorie hauptsächlich über unsere französische Tochtergesellschaft Birambeau. Diese erwirtschaftete in der Berichtsperiode mit 9,0 Mio € (Vorjahr: 10,5 Mio €) weniger Umsatz als im Vorjahr. Der Grund hierfür war die Teilauslistung bei einem französischen Handelskunden, die bisher nicht kompensiert werden konnte.

In der Kategorie **Wellbeing** erwirtschafteten wir in den ersten sechs Monaten planmäßig keine nennenswerten Umsatzerlöse mit Personen- und Küchenwaagen, nachdem eine Vertriebsaktion in den Niederlanden aus dem Vorjahr nicht wiederholt wurde (Vorjahr: 0,9 Mio €).

Wir betreiben **Lohnfertigungen** in unserem tschechischen Werk in Blatná. Die Umsatzerlöse hieraus erreichten im Berichtszeitraum 0,9 Mio € (Vorjahr: 1,1 Mio €).

Entwicklung der Ertragslage

In der Gewinn- und Verlustrechnung wurden Umgliederungen zwischen den Vertriebskosten und den Kosten der Umsatzerlöse hinsichtlich Zoll- und Lizenzgebühren sowie zwischen dem Zinsergebnis und dem sonstigen Finanzergebnis vorgenommen. Wir haben die Werte des Vorjahreszeitraums entsprechend diesen Änderungen angepasst.

Überproportionale Ergebnissteigerung

Im ersten Halbjahr 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 8,1 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €). Ein wesentlicher Grund für den Anstieg war das höhere Bruttoergebnis. Ferner trug die strikte Kostendisziplin zu dem Anstieg bei.

Analog hierzu stieg die EBIT-Marge von 4,5 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 7,5 Prozent im ersten Halbjahr 2014. Sie berechnet sich aus dem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern im Verhältnis zu den Umsatzerlösen.

In den ersten sechs Monaten 2014 erreichten wir ein Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) von 7,4 Mio € (Vorjahr: 4,2 Mio €). Das Plus im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich auf das gestiegene EBIT zurückzuführen. Nach Abzug der Steuern ergab sich ein Periodenergebnis von 5,2 Mio € (Vorjahr: 3,3 Mio €).

Bruttoergebnis

Das Bruttoergebnis stieg im ersten Halbjahr 2014 um 3,3 Mio € auf 51,4 Mio € (Vorjahr: 48,1 Mio €). Das Bruttoergebnis errechnet sich aus den Umsatzerlösen abzüglich der Kosten der Umsatzerlöse.

Die Bruttomarge wuchs von 43,6 Prozent auf 47,4 Prozent. Sie definiert sich als Bruttoergebnis im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Rationalisierungsmaßnahmen, Fokussierung auf margenstarke Geschäfte und währungsbedingt bessere Einkaufspreise für Waren in US Dollar trugen insbesondere hierzu bei.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Unsere Forschungs- und Entwicklungskosten umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren.

Sie lagen mit 1,8 Mio € um 0,1 Mio € leicht unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang betraf die Aufwendungen für Dienstleistungen.

Vertriebskosten

Die Vertriebskosten betragen im Berichtszeitraum 34,3 Mio € (Vorjahr: 35,1 Mio €), ein Rückgang von 0,8 Mio € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Sie beinhalten auch Werbe- und Marketingkosten, Ausgangsfrachten und Versandkosten. Der Rückgang war unter anderem auf niedrigere Personalaufwendungen, Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen zurückzuführen.

Verwaltungskosten

Aufgrund höherer Personalaufwendungen stiegen unsere Verwaltungskosten in den ersten sechs Monaten um 0,4 Mio € auf 8,0 Mio € (Vorjahr: 7,6 Mio €). Neben den Personalaufwendungen enthalten die Verwaltungskosten im Wesentlichen Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge fielen im Berichtszeitraum um 0,2 Mio € auf 0,5 Mio € (Vorjahr: 0,7 Mio €). Hierin sind vor allem Provisions- und Lizenzerträge enthalten. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 0,1 Mio € auf 0,2 Mio € zurück (Vorjahr: 0,3 Mio €).

Fremdwährungsergebnis

Unser Fremdwährungsergebnis sank im Halbjahr 2014 um 0,5 Mio € auf 0,5 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €). Es enthielt Erträge aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften von 0,8 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €), Erträge aus Fremdwährungsbewertungen von 0,2 Mio € (Vorjahr: 0,0 Mio €) und realisierte Kursverluste von 0,5 Mio € (Vorjahr: 0,0 Mio €).

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis betrug wie im Vorjahr -0,8 Mio €.

Steuern

Im ersten Halbjahr 2014 betragen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag 2,2 Mio € (Vorjahr: 1,0 Mio €). Die Steuerquote stieg entsprechend von 22,6 Prozent im Vorjahr auf 29,6 Prozent. Sie setzt die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie das Ergebnis vor Ertragsteuern ins Verhältnis. Im Vorjahr waren letztmals Anpassungen des Ansatzes aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen der Leifheit AG enthalten.

Segmentergebnisse

Im Markengeschäft erreichten wir in den ersten sechs Monaten 2014 mit 6,9 Mio € (Vorjahr: 4,1 Mio €) ein deutlich höheres EBIT als im Vorjahr. Die Bruttomarge stieg von 45,8 Prozent im Vorjahr um 4,3 Prozentpunkte auf 50,1 Prozent. Das Bruttoergebnis

erreichte 45,3 Mio €, ein Plus von 4,0 Mio € im Vergleich zum Vorjahr. Verantwortlich hierfür waren Rationalisierungsmaßnahmen, Fokussierung auf margenstarke Geschäfte und für uns günstigere US Dollarkurse. Der Deckungsbeitrag erreichte entsprechend 37,4 Mio € (Vorjahr: 33,2 Mio €). Er definiert sich als Bruttoergebnis abzüglich Provisionen und Ausgangsfrachten. Der Anstieg des EBIT im Markengeschäft resultierte im Wesentlichen aus dem gestiegenen Bruttoergebnis.

Im Volumengeschäft betrug das EBIT 1,2 Mio € (Vorjahr: 0,9 Mio €). Fehlende Deckungsbeiträge aus dem Rückgang der Umsatzerlöse wurden überkompensiert durch den relativen Anstieg der Bruttomarge, Kosteneinsparungen und niedrigere Abschreibungen. Die Bruttomarge stieg von 33,8 Prozent im Vorjahr um 0,2 Prozentpunkte auf 34,0 Prozent. Währungseffekte und Produktmixverschiebungen trugen hierzu bei. Absolut fiel das Bruttoergebnis aufgrund fehlender Deckungsbeiträge aus dem Umsatzrückgang jedoch um 0,7 Mio € auf 6,1 Mio €. Der Deckungsbeitrag erreichte entsprechend 5,4 Mio € (Vorjahr: 6,0 Mio €).

Entwicklung der Finanzlage

Entwicklung der Liquiditätslage

Die Konzernliquidität stieg im Halbjahr 2014 um 0,9 Mio € und belief sich zum 30. Juni 2014 auf 52,9 Mio €. Sie umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Form von Guthaben bei Kreditinstituten, strukturierte Geldmarktinstrumente und kurzfristige Wertpapiere.

Analyse der Konzernliquidität

Unsere Schulden bestanden zum 30. Juni 2014 im Wesentlichen aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 61,1 Mio €, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten von 41,1 Mio € sowie Rückstellungen mit einem Wert von 7,6 Mio €. Wie im Vorjahr hatten wir keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Die Pensionsverpflichtungen stiegen im ersten Halbjahr 2014 um 4,8 Mio € hauptsächlich aufgrund des nochmals gesunkenen Rechnungszinssatzes um 0,55 Prozentpunkte.

Zum 30. Juni 2014 betrug unser Verschuldungsgrad 56,2 Prozent und lag damit im Vergleich zum 31. Dezember 2013 um 2,7 Prozentpunkte höher. Die Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden. Die Ausschüttung der Dividende von 7,8 Mio € und der Anstieg der Pensionsverpflichtung um 4,8 Mio € trugen hierzu wesentlich bei.

Wir verfügten zum 30. Juni 2014 über Guthaben bei Kreditinstituten von 52,9 Mio €. Sie umfassten Sichteinlagen und innerhalb von drei Monaten kündbare Festgelder.

Der Anstieg unserer Konzernliquidität zum 30. Juni 2014 im Vergleich zum 31. Dezember 2013 in Höhe von 0,9 Mio € auf 52,9 Mio € ergibt sich hauptsächlich aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit im ersten Halbjahr 2014 von 10,6 Mio €, den Auszahlungen für Investitionen von 1,9 Mio € und der Auszahlung der Dividende von 7,8 Mio €.

Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im Halbjahr 10,6 Mio € (Vorjahr: 11,3 Mio €). Im Wesentlichen dafür verantwortlich sind das Periodenergebnis in Höhe von 5,2 Mio €, die Abschreibungen von 2,9 Mio €, die Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 3,0 Mio € und die Zunahme der Vorräte von 4,0 Mio €, die Abnahme von Umsatzsteuerforderungen von 2,1 Mio € und die Zunahme der Verbindlichkeiten von 1,8 Mio €.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit in 2014 betrug 0,8 Mio € (Vorjahr: -2,6 Mio €). Einzahlungen aus der Veränderung der kurzfristigen Wertpapiere von 1,0 Mio € standen Auszahlungen für den Erwerb von Anlagevermögen in Höhe von 1,9 Mio € entgegen. Im Vorjahr war die Einzahlung einer Restkaufpreisforderung aus der Aufgabe der Lizenzvereinbarung Dr. Oetker Backgeräte enthalten.

Free Cashflow

Im ersten Halbjahr 2014 belief sich der Free Cashflow auf 8,8 Mio € (Vorjahr: 9,7 Mio €). Die Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierung oder für die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre verbleibt. Der Free Cashflow ist die Summe aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cashflow aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in finanzielle Vermögenswerte und aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen. Der Grund für den Rückgang lag hauptsächlich am Rückgang des Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit sowie den höheren Investitionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Entwicklung der Vermögenslage

Bilanzstruktur zum 30. Juni 2014

Unsere Bilanzsumme reduzierte sich gegenüber dem 31. Dezember 2013 um 1,1 Mio € auf 202,7 Mio € (31. Dezember 2013: 203,8 Mio €).

Die kurzfristigen Vermögenswerte waren im ersten Halbjahr 2014 mit 137,0 Mio € in etwa auf dem Niveau vom 31. Dezember 2013. Dem Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 3,0 Mio €, der Umsatzsteuerforderungen um 2,1 Mio € und der Rückzahlung einer Geldanlage in Form eines Schuldschein-

darlehens von 1,0 Mio € standen die Zunahme der Vorräte um 4,0 Mio € und die Zunahme der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um 2,0 Mio € gegenüber.

Unsere langfristigen Vermögenswerte lagen Ende Juni mit 65,6 Mio € um 0,9 Mio € unter dem Wert zum 31. Dezember 2013. Dies ging auf den Rückgang des Anlagevermögens zurück.

Die kurzfristigen Schulden enthalten die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten, derivative Finanzinstrumente, Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern und Rückstellungen. Sie stiegen zum 30. Juni 2014 gegenüber dem 31. Dezember 2013 leicht um 0,4 Mio € auf 48,9 Mio €.

Die langfristigen Schulden stiegen zum Stichtag um 4,4 Mio € auf 65,0 Mio € im Vergleich zum 31. Dezember 2013. Die Pensionsverpflichtungen erhöhten sich um 4,8 Mio € auf 61,1 Mio € insbesondere aufgrund des weiteren Rückgangs des Rechnungszinssatzes um 0,55 Prozentpunkte auf 2,95 Prozent.

Im Vergleich zum 31. Dezember 2013 fiel das Eigenkapital zum 30. Juni 2014 um 5,9 Mio € auf 88,8 Mio €. Dem positiven Periodenergebnis von 5,2 Mio € stand ein negatives sonstiges Ergebnis von 3,2 Mio € entgegen, hauptsächlich aus versicherungsmathematischen Verlusten aus Pensionsverpflichtungen von 3,3 Mio € (nach Steuern) aufgrund des Rückgangs des Rechnungszinssatzes von 3,5 Prozent auf 2,95 Prozent. Die Ausschüttung der Dividende reduzierte das Eigenkapital um 7,8 Mio €. Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, fiel daher auf 43,8 Prozent (31. Dezember 2013: 46,5 Prozent).

Investitionen

Die Investitionen betrugen in den ersten sechs Monaten 2014 1,9 Mio € (Vorjahr: 1,6 Mio €) und betrafen im Wesentlichen Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung. Wesentliche Veräußerungen von Anlagevermögen hat es im Berichtszeitraum nicht gegeben.

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich auf 1,1 Prozent. Im Markengeschäft investierten wir 1,6 Mio €, im Volumengeschäft 0,3 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen in Höhe von 2,9 Mio € (Vorjahr: 3,4 Mio €) gegenüber.

Am 30. Juni 2014 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 0,7 Mio €, die aus dem Finanzmittelbestand finanziert werden.

Nicht bilanzielle Vermögenswerte und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben den in der Konzernbilanz ausgewiesenen Vermögenswerten nutzen wir in geringem Maße auch nicht bilanzierungsfähige Vermögenswerte. Dies betrifft überwiegend geleaste und gemietete Güter. Wie in den Vorjahren nutzen wir keine außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Vor dem Hintergrund stabiler konjunktureller Bedingungen, hat sich der Leifheit-Konzern im ersten Halbjahr im Rahmen unserer Erwartungen entwickelt. Der Konzernumsatz blieb mit 108,3 Mio € stabil auf den Niveau des Vorjahres. Im Markengeschäft liegen wir mit einem Plus von 1,8 Prozent innerhalb der angekündigten Wachstumsspanne von ein bis drei Prozent. Mit zunehmender Besorgnis beobachten wir die politischen Entwicklungen in der Ukraine und deren Auswirkungen auf die gesamte Region Osteuropa. Das Volumengeschäft – unser deutlich kleineres Segment – verzeichnete weitere Umsatzrückgänge. Dies erfolgte zum einen aufgrund unserer Zielsetzung, das Segment besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität zu führen und uns auf das Markengeschäft zu konzentrieren, zum anderen durch eine Teilauslistung bei einem Handelskunden in Frankreich.

Unser EBIT entwickelte sich weiterhin erfreulich. Im ersten Halbjahr erzielten wir eine deutliche Steigerung auf 8,1 Mio € (Vorjahr: 5,0 Mio €). Bezogen auf den Konzernumsatz ergibt dies eine EBIT-Marge von 7,5 Prozent. Trotz Dividendenausschüttung und Auszahlungen für Investitionen stiegen unsere liquiden Mittel zum 30. Juni 2014 auf insgesamt 52,9 Mio € (31. Dezember 2013: 52,0 Mio €).

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Mitarbeiter

In den ersten sechs Monaten 2014 waren im Leifheit-Konzern durchschnittlich 1.035 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr: 1.019) – davon 757 Mitarbeiter im Markengeschäft und 278 Mitarbeiter im Volumengeschäft.

Mitarbeiter nach Regionen

Standorte	1. Januar bis 30. Juni 2014	1. Januar bis 30. Juni 2013
Deutschland	395	406
Tschechische Republik	405	372
Frankreich	172	175
Sonstige Länder	63	66
Konzern	1.035	1.019

Seit Beginn des zweiten Quartals 2014 produzieren wir unser komplettes Bügeltischsortiment in Eigenfertigung in unserem tschechischen Werk in Blatná. Die Mitarbeiteranzahl in der Tschechischen Republik stieg daher zum Stichtag 30. Juni 2014 auf insgesamt auf 401 an.

Wir beschäftigen 38,2 Prozent unserer Mitarbeiter in Deutschland, 39,1 Prozent in der Tschechischen Republik und 16,6 Prozent in Frankreich. Die verbleibenden 6,1 Prozent der Beschäftigten verteilen sich auf verschiedene Länder innerhalb Europas und die USA.

Entwicklung und Innovation

Innovationen haben eine zentrale Bedeutung für unsere Marktposition und für die Erreichung unserer Wachstums- und Ergebnisziele. Aufwendungen in Forschung und Entwicklung sehen wir daher als Investitionen in das Erfolgspotenzial unseres Unternehmens. Leifheit investierte im Berichtszeitraum 1,8 Mio € (Vorjahr: 1,9 Mio €) in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Damit lag die F&E-Quote, also das Verhältnis von Entwicklungsaufwand zu Konzernumsatz, bei 1,6 Prozent und entsprechend auf dem Niveau des Vorjahres.

Im ersten Halbjahr 2014 waren bei Leifheit 27 Mitarbeiter in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt. Dabei handelte es sich überwiegend um Ingenieure, Techniker, Konstrukteure und Juristen.

Chancen- und Risikobericht

Zu den Chancen und Risiken für Leifheit verweisen wir auf die Seiten 72 bis 80 des Konzernlageberichts zum 31. Dezember 2013, in dem diese ausführlich beschrieben werden. Wesentliche Änderungen der wesentlichen Chancen und Risiken für die verbleibenden Monate des Geschäftsjahres haben sich im Berichtszeitraum nicht ergeben, weder hinsichtlich der Eintrittswahrscheinlichkeiten noch hinsichtlich der möglichen positiven oder negativen Auswirkungen. Weiterhin erwarten wir keine einzelnen oder aggregierten Risiken, welche die Unternehmensfortführung wesentlich gefährden.

Nachtragsbericht

Seit dem 30. Juni 2014 sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, von denen ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Leifheit-Konzerns erwartet wird.

Prognosebericht

Strategische Ausrichtung des Konzerns

Für das zweite Halbjahr planen wir folgende strategische Maßnahmen weiter umzusetzen: Mit dem kontinuierlichen Ausbau unserer beiden bekannten Marken Leifheit und Soehnle verfolgen wir das Ziel, unsere Margen zu stärken. Das organische Wachstum fördern wir durch unsere Konzentration auf strategische Fokusmärkte in Europa. Darüber hinaus setzen wir weitere Maßnahmen im Bereich E-Commerce um, stärken unsere Innovationskraft durch gezielte Investitionen in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten und bauen unsere Markenkommunikation weiter aus. Wir prüfen regelmäßig Möglichkeiten für anorganisches Wachstum und suchen nach wirtschaftlich sinnvollen Opportunitäten. Dabei verfolgen wir klare Investitionskriterien, die zusammen mit allen genannten Maßnahmen Teil unserer Unternehmensstrategie „Leifheit GO!“ sind. Ausführliche Informationen hierzu entnehmen Sie bitte dem Jahresfinanzbericht 2013. Unsere Strategie werden wir im Laufe des zweiten Halbjahres 2014 überarbeiten und weiterentwickeln.

Leicht eingetrübter Ausblick auf die Weltwirtschaft

Die Einschätzungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich, verglichen mit unseren Ausführungen im Bericht zum 31. März 2014, nicht wesentlich verändert. Der IWF hat seine Wachstumserwartung für die Weltwirtschaftsleistung 2014 im zweiten Quartal nicht korrigiert: diese beträgt weiterhin 3,6 Prozent. Es wird allerdings für das zweite Halbjahr von einer leicht schwächeren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ausgegangen. Entsprechend passte der IWF bereits seine Vorhersage für die USA an und senkte die Wachstumsprognose für das laufende Jahr von 2,2 Prozent auf 1,9 Prozent. Aufgrund der Konjunkturabkühlung in China rechnet der IWF auch für die Volksrepublik mit einem rückläufigen Wachstum. Zur Erinnerung, im April wurde noch von einem Plus von 7,5 Prozent ausgegangen. In Europa lagen die Erwartungen an das Wachstum der Wirtschaftsleistung bisher bei 1,2 Prozent. Diesbezüglich stellen die anhaltenden Unruhen in der Ukraine den größten Unsicherheitsfaktor dar. Diese sollen laut IWF vor allem das russische Wirtschaftswachstum stark negativ beeinflussen. Für Deutschland rechnet der IWF mit einer weiteren Besserung der wirtschaftlichen Entwicklung: Die Wachstumsrate wurde auf knapp 2 Prozent nach oben korrigiert.

Privater Konsum weiterhin Stützpfeiler der Binnennachfrage

Für 2014 rechnet die GfK mit einer Steigerung der Ausgaben der privaten Haushalte in Europa zwischen 0,5 und 1,0 Prozent, nach einem Rückgang um 0,4 Prozent im Vorjahr. Für Deutschland prognostiziert das Institut ein Plus von real 1,5 Prozent. Damit bleibt der private Konsum ein wichtiger Stützpfeiler der Binnennachfrage. Mit Blick auf das zweite Halbjahr erwartet die GfK aufgrund der Senkung des Leitzinses sowie der Einführung des Strafzinses für

Bankeneinlagen eine rückläufige Sparneigung der Bundesbürger bei gleichzeitig zunehmendem Konsum. Im Zuge dessen steigt die Konjunkturerwartung in Deutschland auf ein Dreijahreshoch.

Der stationäre Einzelhandel in Deutschland muss laut Erwartungen der GfK im Jahr 2014 ein Umsatzminus von einem Prozent gegenüber dem Vorjahreswert hinnehmen. Hingegen sollen die Umsätze im Internethandel anziehen, sodass für Ende 2014 in Summe mit einem leichten Plus von 1,2 Prozent im gesamten Einzelhandel gerechnet wird. Unterstützt wird dieser Trend zu steigenden Onlineeinkäufen laut GfK-Erhebungen durch eine zunehmende Stresswahrnehmung kombiniert mit Zeitmangel der Konsumenten beim Einkauf. Von den gestiegenen privaten Ausgaben im Einzelhandel werden voraussichtlich vor allem die Bereiche Lebensmittel und Reisen profitieren. Der restliche Einzelhandel wird nach Schätzungen der GfK nur moderat wachsen. Entsprechend prognostiziert das Institut für den Nonfood-Handel nur ein leichtes Plus von 0,6 Prozent.

Konzernprognose:

Stabile Umsatz- und Ergebnisentwicklung 2014

Die Prognose zur Geschäftsentwicklung der Leifheit AG ist im Vergleich zum Jahresfinanzbericht 2013 unverändert. Auch mit Blick auf das zweite Halbjahr verfolgen wir für 2014 weiterhin das konservative Ziel einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns. Für den Konzern erwarten wir Umsatzerlöse auf dem bereinigten Niveau des Jahres 2013. Durch unseren Fokus auf das Markengeschäft erwarten wir uns hier eine positive Umsatzentwicklung von ein bis drei Prozent. Das Volumengeschäft werden wir besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen und gehen weiterhin von einer leicht rückläufigen Umsatzentwicklung aus.

Wir rechnen 2014 mit einem operativen Ergebnis (EBIT) auf dem guten Niveau von 2013 (14,9 Mio €) als Resultat der erwarteten stabilen Umsatzentwicklung und der bestehenden Konzentration auf die Verbesserung der Margen bei gleichzeitiger Kostendisziplin.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

Nach dem ersten Halbjahr gehen wir weiterhin von einer stabilen Entwicklung des Leifheit-Konzerns im Jahr 2014 aus. Wir sind optimistisch, dass unsere Anstrengungen in Zukunft weitere Früchte tragen werden. Die Maßnahmen unserer Strategie „Leifheit GO!“ sowie Investitionen mit dem nötigen Augenmaß bilden hierfür die Basis. Wir verfolgen weiterhin das Ziel, mittelfristig ein nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum in Höhe von drei bis fünf Prozent auf Konzernebene zu erreichen bei gleichzeitig überproportionaler Ergebnissteigerung. Entsprechend planen wir für 2016 mit Umsatzerlösen in Höhe von 250 Mio € und einer EBIT-Marge von acht Prozent. Durch die konsequente Ausrichtung des Unternehmens auf profitables Wachstum mit nachhaltigen Margen können wir dieses Ziel erreichen.

VERKÜRZTER KONZERNZWISCHENABSCHLUSS (UNGEPRÜFT)

Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	1. April bis 30. Juni 2014	1. April bis 30. Juni 2013	1. Januar bis 30. Juni 2014	1. Januar bis 30. Juni 2013
Umsatzerlöse	52.390	53.863	108.251	110.292
Kosten der Umsatzerlöse	-27.297	-30.685	-56.899	-62.216
Bruttoergebnis	25.093	23.178	51.352	48.076
Forschungs- und Entwicklungskosten	-896	-978	-1.756	-1.854
Vertriebskosten	-16.397	-16.809	-34.311	-35.106
Verwaltungskosten	-4.222	-3.653	-7.965	-7.570
Sonstige betriebliche Erträge	229	522	503	692
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-80	-24	-185	-255
Fremdwährungsergebnis	412	-7	478	1.004
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	4.139	2.229	8.116	4.987
Zinserträge	143	159	221	238
Zinsaufwendungen	-503	-535	-1.004	-1.036
Sonstiges Finanzergebnis	5	-20	19	20
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	3.784	1.833	7.352	4.209
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.120	-383	-2.176	-953
Periodenergebnis	2.664	1.450	5.176	3.256
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden				
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-2.500	-	-4.583	668
Ertragsteuereffekt	700	-	1.283	-187
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden				
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	4	-51	-2	-143
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-10	-104	-53	-464
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	176	178	179	519
Ertragsteuereffekt	-49	-21	-37	-15
Sonstiges Ergebnis	-1.679	2	-3.213	378
Gesamtergebnis nach Steuern	985	1.452	1.963	3.634
Vom Periodenergebnis entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-25	-	-32
Anteilseigner des Mutterunternehmens	2.664	1.475	5.176	3.288
Periodenergebnis	2.664	1.450	5.176	3.256
Vom Gesamtergebnis nach Steuern entfallen auf				
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	-	-25	-	-32
Anteilseigner des Mutterunternehmens	985	1.477	1.963	3.666
Gesamtergebnis nach Steuern	985	1.452	1.963	3.634
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	0,56 €	0,31 €	1,09 €	0,69 €
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	0,21 €	0,31 €	0,41 €	0,77 €

Bilanz

T €	30. Juni 2014	31. Dez. 2013
Kurzfristige Vermögenswerte		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	52.933	50.953
Finanzielle Vermögenswerte	–	1.001
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	43.667	46.685
Vorräte	37.673	33.630
Forderungen aus Ertragsteuern	1.343	894
Derivative Finanzinstrumente	141	403
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	1.292	3.668
Summe kurzfristige Vermögenswerte	137.049	137.234
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagevermögen	34.582	35.421
Immaterielle Vermögenswerte	18.154	18.458
Latente Steueransprüche	10.506	10.310
Forderungen aus Ertragsteuern	2.222	2.159
Sonstige langfristige Vermögenswerte	153	169
Summe langfristige Vermögenswerte	65.617	66.517
Summe Vermögenswerte	202.666	203.751
Kurzfristige Schulden		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	41.070	39.290
Derivative Finanzinstrumente	1.016	1.920
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern	1.061	818
Rückstellungen	5.706	6.452
Summe kurzfristige Schulden	48.853	48.480
Langfristige Schulden		
Rückstellungen	1.896	1.896
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	61.137	56.385
Latente Steuerschulden	1.611	1.630
Derivative Finanzinstrumente	227	547
Sonstige langfristige Schulden	96	93
Summe langfristige Schulden	64.967	60.551
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	15.000	15.000
Kapitalrücklage	16.934	16.934
Eigene Anteile	-7.598	-7.598
Gewinnrücklagen	75.818	78.479
Sonstige Rücklagen	-11.308	-8.095
Summe Eigenkapital	88.846	94.720
Summe Eigenkapital und Schulden	202.666	203.751

Kapitalflussrechnung

T €	1. Januar bis 30. Juni 2014	1. Januar bis 30. Juni 2013
Periodenergebnis	5.176	3.256
Berichtigungen für Abschreibungen	2.926	3.366
Veränderung der Rückstellungen	-581	-218
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	12	-
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	846	10.138
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	2.157	-3.786
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	72	-1.474
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	10.608	11.282
Übernahme Minderheitenanteile	-	-78
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-1.937	-1.584
Veränderung der finanziellen Vermögenswerte	1.001	2.334
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten	119	1.908
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-817	2.580
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-7.837	-7.124
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	26	430
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	1.980	7.168
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode	50.953	33.717
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	52.933	40.885

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Eigenkapital entwickelte sich wie folgt:

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Summe
Stand zum 1.1.2013	15.000	16.934	-7.598	75.367	-7.004	92.699
Dividenden	-	-	-	-7.124	-	-7.124
Übernahme Minderheitenanteile	-	-	-	-43	-	-43
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	3.288	378	3.666
davon Periodenergebnis	-	-	-	3.288	-	3.288
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	-143	-143
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-334	-334
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	374	374
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	481	481
Stand zum 30.6.2013	15.000	16.934	-7.598	71.488	-6.626	89.198
Stand zum 1.1.2014	15.000	16.934	-7.598	78.479	-8.095	94.720
Dividenden	-	-	-	-7.837	-	-7.837
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	5.176	-3.213	1.963
davon Periodenergebnis	-	-	-	5.176	-	5.176
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	-3.300	-3.300
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-2	-2
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-39	-39
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	128	128
Stand zum 30.6.2014	15.000	16.934	-7.598	75.818	-11.308	88.846

Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals stellt sich wie folgt dar:

T €	Anteile Eigner Mutterunter- nehmen	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Stand zum 1.1.2013	92.699	67	92.766
Dividenden	-7.124	-	-7.124
Übernahme Minderheitenanteile	-43	-35	-78
Gesamtergebnis nach Steuern	3.666	-32	3.634
davon Periodenergebnis	3.288	-32	3.256
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	-143	-	-143
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-334	-	-334
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	374	-	374
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	481	-	481
Stand zum 30.6.2013	89.198	-	89.198
Stand zum 1.1.2014	94.720	-	94.720
Dividenden	-7.837	-	-7.837
Gesamtergebnis nach Steuern	1.963	-	1.963
davon Periodenergebnis	5.176	-	5.176
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungs- orientierten Pensionsplänen	-3.300	-	-3.300
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-2	-	-2
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-39	-	-39
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	128	-	128
Stand zum 30.6.2014	88.846	-	88.846

Ausgewählte erläuternde Anhangangaben

Unternehmensinformation

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft mit Sitz in Nassau/Lahn, Deutschland. Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss der Leifheit AG und ihrer Tochtergesellschaften betrifft den Zeitraum vom 1. Januar 2014 bis 30. Juni 2014.

Grundlagen der Berichterstattung

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss wurde gemäß § 37x Abs. 3 WpHG sowie im Einklang mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) und den diesbezüglichen Interpretationen des International Accounting Standards Board (IASB) für die Zwischenberichterstattung erstellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Demzufolge enthält dieser Abschluss zum Zwischenbericht nicht sämtliche Informationen und Anhangangaben, die gemäß IFRS für einen Konzernabschluss zum Ende des Geschäftsjahres erforderlich sind.

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss wurde von einem Abschlussprüfer weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Der Abschluss enthält nach Ansicht des Vorstands alle erforderlichen Anpassungen, die für eine den tatsächlichen Verhältnissen entsprechende Darstellung der Ertragslage zum Zwischenergebnis erforderlich sind. Die Ergebnisse der zum 30. Juni 2014 endenden Berichtsperiode lassen nicht notwendigerweise Rückschlüsse auf die Entwicklung zukünftiger Ergebnisse zu.

Im Rahmen der Erstellung eines Konzernzwischenabschlusses in Übereinstimmung mit IAS 34 muss der Vorstand Beurteilungen und Schätzungen vornehmen sowie Annahmen treffen, die die Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen im Konzern und den Ausweis der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie der Erträge und Aufwendungen beeinflussen. Die tatsächlichen Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.

Die im verkürzten Konzernzwischenabschluss angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden entsprechen mit Ausnahme der erstmalig angewendeten Rechnungslegungsvorschriften denen des letzten Konzernabschlusses zum Ende des Geschäftsjahres. Eine detaillierte Beschreibung der Grundsätze der Rechnungslegung ist im Anhang des Konzernabschlusses unseres Jahresfinanzberichts 2013 veröffentlicht.

Im Geschäftsjahr 2014 hat Leifheit die nachfolgenden Standards, Interpretationen und Änderungen zu bestehenden Standards erstmalig angewendet:

- IFRS 10 – Konzernabschlüsse,
- IFRS 12 – Angaben über Beteiligungen an anderen Unternehmen,
- IAS 28 – Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (überarbeitet 2011),
- Änderungen von IAS 32 und IFRS 7 – Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Schulden,
- Änderungen von IAS 36 – Angaben zum erzielbaren Betrag von nicht finanziellen Vermögenswerten.

Die Anwendung hat keine Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis und auf die vom Konzern angewandten Rechnungslegungsmethoden, zieht aber weitere Erläuterungspflichten und Angabepflichten nach sich.

Der Konzern wendet künftig verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards, die vom IASB veröffentlicht und bereits im Rahmen des Kommitologieverfahrens in das EU-Recht übernommen wurden, nicht an.

Im Konzernzwischenabschluss werden die Ertragsteuern auf der Grundlage der besten Schätzung des Ertragsteuersatzes erfasst, der für das gesamte Geschäftsjahr erwartet wird.

Konjunkturelle und saisonale Einflüsse werden, soweit wesentlich, in den Textabschnitten „Wirtschaftliches Umfeld“ und „Ertragslage“ beschrieben.

Zwischen den Vertriebskosten und den Kosten der Umsatzerlöse sowie zwischen dem Zinsergebnis und dem sonstigen Finanzergebnis wurden Umgliederungen vorgenommen. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Zoll- und Lizenzgebühren in Höhe von 690 T € (Vorjahr: 673 T €) wurden von den Vertriebskosten in die Kosten der Umsatzerlöse umgegliedert. Aus dem sonstigen Finanzergebnis wurden 66 T € (Vorjahr: 101 T €) in die Zinserträge und 5 T € (Vorjahr: 32 T €) in die Zinsaufwendungen umgegliedert.

Konsolidierungskreis

Veränderungen im Konsolidierungskreis sowie wesentliche Änderungen der organisatorischen Struktur oder des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. Juni 2014		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	90,4	17,9	108,3
Bruttomarge	%	50,1	34,0	47,4
Deckungsbeitrag	Mio €	37,4	5,4	42,8
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	6,9	1,2	8,1
Abschreibungen	Mio €	2,5	0,4	2,9
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	757	278	1.035

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen zum 30. Juni 2013		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	90,2	20,1	110,3
Umsatzerlöse bereinigt ¹⁾	Mio €	88,7	20,1	108,8
Bruttomarge	%	45,8	33,8	43,6
Deckungsbeitrag	Mio €	33,2	6,0	39,2
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	4,1	0,9	5,0
Abschreibungen	Mio €	2,9	0,5	3,4
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	735	284	1.019

¹⁾ bereinigt um das aufgegebene Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte

Weitere Informationen über die Segmente und deren Steuerung sind dem Jahresfinanzbericht 2013 auf Seite 106 zu entnehmen.

Eigene Anteile

Weder im aktuellen Berichtszeitraum noch in dem des Vorjahres wurden eigene Anteile erworben oder verwendet.

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hielt Leifheit am 30. Juni 2014 einen Bestand in Höhe 250.525 eigene Aktien. Dies entspricht 5,01 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 752 T €. Hierfür wurden 7.598 T € aufgewendet.

Es bestehen keine Bezugsrechte für Organmitglieder und Arbeitnehmer entsprechend § 160 Abs. 1 Nr. 5 AktG.

Gezahlte Dividende

Am 23. Mai 2014 wurden aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 eine Dividende von 1,65 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.749.475 Stückaktien insgesamt 7.836.633,75 € – an die Aktionäre ausgeschüttet.

Haftungsverhältnisse

Die Konzerngesellschaften sind keine Haftungsverpflichtungen eingegangen.

Finanzinstrumente

Ein detaillierter Überblick über die sonstigen Finanzinstrumente, über die finanziellen Risikofaktoren und das Management finanzieller Risiken ist im Jahresfinanzbericht 2013 in der Textziffer 37 auf den Seiten 121 bis 124 dargestellt. Seit dem 31. Dezember 2013 haben sich keine wesentlichen Änderungen unseres finanziellen Risikoprofils ergeben.

Bei den derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um zum beizulegenden Zeitwert bewertete Devisentermingeschäfte für Käufe beziehungsweise Verkäufe von US Dollar und Hongkong Dollar für die Geschäftsjahre 2014 und 2015.

Folgende Verpflichtungen aus Devisentermingeschäften wurden zum 30. Juni 2014 bilanziert:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Nominalwert
Kauf USD/€	54.189 T €	72.600 T USD	53.027 T €
davon Hedge Accounting	12.909 T €	17.400 T USD	12.703 T €
Verkauf USD/€	5.970 T €	8.000 T USD	5.841 T €
Kauf HKD/€	7.609 T €	80.645 T HKD	7.536 T €
Verkauf HKD/€	3.888 T €	40.820 T HKD	3.900 T €
Kauf CZK/€	1.320 T €	36.000 T CZK	1.312 T €

Die Buchwerte der derivativen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen ihrem beizulegenden Zeitwert. Im Übrigen entsprechen die Buchwerte jeweils den fortgeführten Anschaffungskosten.

In der Bilanz zum 30. Juni 2014 wurden derivative finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 141 T € sowie derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 1.243 T € mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet.

Sämtliche zum beizulegenden Zeitwert erfassten Finanzinstrumente werden in die drei wie folgt definierten Kategorien eingeteilt:

Stufe 1: Notierte Marktpreise

Stufe 2: Bewertungsverfahren (am Markt beobachtete Inputparameter)

Stufe 3: Bewertungsverfahren (nicht am Markt beobachtete Inputparameter)

Alle finanziellen Vermögenswerte und Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren sind, sind der Stufe 2 zuzuordnen. Im Berichtszeitraum erfolgten keine Umgliederungen zwischen den Stufen.

Am 30. Juni 2014 standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 11.500 T € (Vorjahr: 11.500 T €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 1.207 T € (Vorjahr: 1.815 T €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen somit 10.293 T € (Vorjahr: 9.685 T €).

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte der wesentlichen im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente:

T €	Bewertungskategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		30. Juni 2014	31. Dez. 2013	30. Juni 2014	31. Dez. 2013
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	52.933	43.609	52.933	43.609
Strukturierte Geldmarktinstrumente	d)	–	7.344	–	7.344
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	43.667	46.685	43.667	46.685
Derivative finanzielle Vermögenswerte (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	141	403	141	403
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	488	1.846	488	1.846
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	14.350	13.476	14.350	13.476
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	1.037	2.071	1.037	2.071
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	206	396	206	396
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	16.373	14.829	16.373	14.829

a) Kredite und Forderungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind

b) zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten

c) erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

d) erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

Bei den kurzfristigen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar. Daher wurde keine Klassifizierung in die Stufen 1 bis 3 im Sinne des IFRS 7 vorgenommen.

Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestanden Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge in Höhe von 1,6 Mio € (Vorjahr: 1,9 Mio €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bis zu einem Jahr 1,3 Mio € (Vorjahr: 1,4 Mio €) und zwischen einem und fünf Jahren 0,3 Mio € (Vorjahr: 0,5 Mio €). Mit Laufzeiten von über fünf Jahren bestanden wie im Vorjahr keine entsprechenden Zahlungsverpflichtungen. Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasing-Verhältnisse im Sinne von IAS 17.

Zum 30. Juni 2014 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 0,6 Mio € (Vorjahr: 0,9 Mio €).

Es bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 0,7 Mio € (Vorjahr: 0,6 Mio €), insbesondere für Werkzeuge. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus Verträgen für Marketingmaßnahmen in Höhe von 0,5 Mio € (Vorjahr: 0,4 Mio €) sowie aus sonstigen Verträgen in Höhe von 0,1 Mio € (Vorjahr: 0,0 Mio €).

Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Im Berichtszeitraum gab es keine Beziehungen zu oder Geschäfte mit nahestehenden Personen oder nahestehenden konzernfremden Unternehmen.

Das Mutterunternehmen, in dessen Konzernabschluss die Leifheit AG einbezogen wird, ist die Home Beteiligungen GmbH, München.

Nassau/Lahn, im August 2014

Leifheit Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Der Vorstand versichert nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen

entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Nassau/Lahn, im August 2014

Leifheit Aktiengesellschaft

Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

DISCLAIMER

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Halbjahresfinanzbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Abweichungen aus technischen Gründen

Aus technischen Gründen (z. B. Umwandlung von elektronischen Formaten) kann es zu Abweichungen zwischen den in diesem Halbjahresfinanzbericht enthaltenen und den beim Bundesanzeiger eingereichten Rechnungslegungsunterlagen kommen. In diesem Fall gilt die beim Bundesanzeiger eingereichte Fassung als die verbindliche Fassung.

Der Halbjahresfinanzbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor. Bei Abweichungen geht die deutsche Fassung des Halbjahresfinanzberichtes der englischen Übersetzung vor.

FINANZKALENDER

10. November 2014	Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2014
24. – 26. November 2014	Präsentation auf dem Deutschen Eigenkapitalforum, Frankfurt/Main

KONTAKTE

Leifheit AG

Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Investor Relations:

Tel.: +49 2604 977-218
Fax: +49 2604 977-340

Leifheit im Internet:

www.leifheit-group.com
E-Mail: ir@leifheit.com



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn
Telefon: +49 2604 977-0
Telefax: +49 2604 977-300
www.leifheit-group.com
ir@leifheit.com