

PRESSEINFORMATION

Leifheit AG mit klarer Strategie und hochqualitativem Produktsortiment erfolgreich unterwegs

- **Konzern-EBIT stark gewachsen: in Q2 vervierfacht und H1 insgesamt rund 76 Prozent über Vorjahr**
- **Konzernumsatz mit 130,4 Mio. EUR um 7,3 Prozent über Vorjahr**
- **Positiver Ausblick für Gesamtjahr 2020**
- **Produktangebot hilft Verbrauchern in Pandemie-Zeiten**
- **Fortsetzung der Werbeoffensive im zweiten Halbjahr geplant**

Nassau, 21. Juli 2020 – Die Leifheit AG, einer der führenden Markenanbieter von Haushaltsartikeln in Europa, informiert auf Basis vorläufiger Zahlen für das erste Halbjahr 2020 über die aktuelle Geschäftssituation. In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2020 erzielte der Leifheit-Konzern nach vorläufigen Berechnungen ein EBIT von 8,8 Mio. EUR und konnte damit das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr signifikant um 75,5 Prozent steigern (Vorjahr: 5,0 Mio. EUR). Die positive Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr basiert im Wesentlichen auf der konsequenten Umsetzung der Scaling up Success Wachstumsstrategie. So steigerte Leifheit den Konzernumsatz nach vorläufigen Angaben um 7,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert auf 130,4 Mio. EUR. Gleichzeitig trugen die Verbesserung der Bruttomarge von 42,8 auf 44,1 Prozent und ein striktes Kostenmanagement maßgeblich zum Ergebniswachstum bei.

Henner Rinsche, Vorstandsvorsitzender der Leifheit AG, kommentiert: „Das erste Halbjahr hat gezeigt, dass der Leifheit-Konzern mit seinem Geschäftsmodell und den hochqualitativen Produkten auch in Pandemie-Zeiten sehr gut aufgestellt ist. Angesichts des erhöhten Hygienebewusstseins wurde unser Profi Bodenwischsystem von den Verbrauchern stark nachgefragt, ebenso die weiteren beworbenen Produkte wie der Wäscheständer Pegasus. Während im April der Lockdown unser Geschäft durch die Schließung wichtiger Absatzkanäle kurzzeitig beeinträchtigt hat, konnten wir in den Folgemonaten Mai und Juni über alle Kanäle hinweg wieder einen spürbaren Anstieg der Absatzzahlen verzeichnen.“

Leifheit-Produkte sorgen für hygienisch sauberes Zuhause

Die Corona-Pandemie hat das Hygienebewusstsein nachhaltig verändert. Leifheit-Produkte können Verbrauchern dabei helfen, ihr Zuhause hygienisch sauber zu halten. Für eine professionelle und hygienische Bodenreinigung hat Leifheit den jeweils „sehr gut“ getesteten Bodenwischer Profi XL und den neuen Saugwischer Regulus Aqua PowerVac im Sortiment, der den Boden gleichzeitig wischt und saugt. Wissenschaftliche Tests haben ergeben, dass beide Produkte 99,99%* der Viren beseitigen. Für ein sauberes Zuhause sorgt auch der Luftreiniger Airfresh Clean Connect 500 von Soehnle, der die Luft von Allergenen befreit sowie Viren und Bakterien bekämpft. Er erreichte bei Stiftung Warentest die Auszeichnung „gut“ als zweitbestes Gerät im Test.

Im Zuge seiner Wachstumsstrategie setzt der Leifheit-Konzern weiterhin auf ein ausgewähltes, hochqualitatives Produktangebot. In Deutschland entwickelt Leifheit nach dem Prinzip „designed in Germany, made in Europe“ hochwertige Produkte, die Verbrauchern das Leben zuhause erleichtern. Als Ergebnis einer kontinuierlichen und erfolgreichen Entwicklungsarbeit werden die Produkte der Marken Leifheit und Soehnle regelmäßig von unabhängigen Test-Instituten mit der Bestnote „sehr gut“ ausgezeichnet. Als Beispiele seien die Leifheit Isolierkanne Columbus, die neue Trinkflaschenserie Flip sowie der Dampfreiniger Leifheit CleanTenso genannt, die als Testsieger jeweils mit der Note „sehr gut“ von Haus & Garten Test ausgezeichnet wurden. „Die Trinkflasche Flip aus unserem neuen Küchensortiment kommt bei den Verbrauchern gut an. Damit unterstützen wir als Leifheit das zunehmende Bedürfnis vieler Kunden, einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Wer Leitungswasser trinkt, kann dazu zuhause oder unterwegs bequem unseren Testsieger nutzen“, so Rinsche.

Ebenso werden die Produkte der Marke Soehnle regelmäßig als Testsieger gekürt. So gab es von Haus & Garten Test für die Küchenwaage Page Profi 300, die Personenwaage Shape Sense Connect 200 oder das Blutdruckmessgerät Systo Monitor Connect 300 aus dem Soehnle-Sortiment jeweils die Note „sehr gut“.

Werbeoffensive geht im zweiten Halbjahr weiter

Im zweiten Halbjahr 2020 wird Leifheit seine zu Jahresbeginn eingeleitete Werbeoffensive weiter fortsetzen. Zum einen sind weitere TV-Kampagnen geplant, die das Wischmop-Set CLEAN TWIST Ergo oder den mit der Note „sehr gut“ getesteten Wäscheständer Pegasus in den Fokus der Verbraucher rücken.

Daneben startet im August unter dem Claim „Auf's Gramm genau lecker“ die bislang größte Print-Kampagne für die Marke Soehnle. Im Mittelpunkt der Kampagne steht die mit dem Testurteil „sehr gut“ ausgezeichnete Soehnle Küchenwaage Page Profi 300, die sich durch eine intelligente 4-Sensoren-Technologie für präzise Wiegeergebnisse und eine Tragkraft bis 20 kg auszeichnet. Die Soehnle Page-Profi-Reihe ist das meistverkaufte Küchenwaagen-Sortiment Deutschlands.

Henner Rinsche erklärt: „In unserem Heimatmarkt Deutschland als auch in ausgewählten europäischen Märkten wollen wir die Verbrauchernachfrage nach unseren Produkten weiter steigern. Für die neue Print-Kampagne der Marke Soehnle werden wir mit den Verlagshäusern Gruner + Jahr, Burda und der Funke Mediengruppe kooperieren und mit der Soehnle Küchenwaage Page Profi 300 in zielgruppenrelevanten Hochglanztiteln präsent sein. Mit unseren ausgezeichneten Produkten und verstärkter Verbraucherkommunikation wollen wir auch ein verlässlicher Wachstumsmotor für unsere Handelspartner sein. So konnten wir im ersten Halbjahr mit über 1.200 weiteren Supermärkten in der DACH-Region unsere Distribution weiter ausbauen. Ich bin zuversichtlich, dass wir mit der eingeschlagenen Marketingstrategie Leifheit weiter voranbringen.“

Positiver Ausblick für 2020

Im Zuge der Erstellung des Halbjahresabschlusses hat der Vorstand seine Prognose aktualisiert und geht nun für das Geschäftsjahr 2020 von einem Wachstum der Konzernumsätze zwischen 7 und 9 Prozent sowie einem Konzern-EBIT von 12 bis 15 Mio. Euro aus. Die Prognose basiert auf der Annahme, dass es nicht zu erneuten wesentlichen Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie in den für den Leifheit-Konzern relevanten Märkten und Handelskanälen kommt. Zuvor hatte der Vorstand in seiner Prognose, die vor den möglichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie getroffen wurde, für das Geschäftsjahr 2020 ein Wachstum der Konzernumsätze um rund 8 Prozent und ein EBIT von 9,5 bis 10,0 Mio. Euro erwartet.

Den vollständigen Bericht für das erste Halbjahr 2020 wird die Leifheit AG am 13. August 2020 unter finanzberichte.leifheit-group.com veröffentlichen.

Über Leifheit

Die 1959 gegründete Leifheit AG ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsprodukten. Der Leifheit-Konzern gliedert sein operatives Geschäft in die Segmente Household, Wellbeing und Private Label. Die Produkte der Marken Leifheit und Soehnle – zwei der bekanntesten Haushaltsmarken Deutschlands – zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit besonderem Verbrauchernutzen aus. Die französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby sind mit einem ausgewählten Produktsortiment im serviceorientierten Private-Label-Segment tätig. Über alle Segmente hinweg konzentriert sich das Unternehmen auf die Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Der Leifheit-Konzern beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.leifheit-group.com, www.leifheit.de und www.soehnle.de.

** Profi XL: An modifiziertem Vacciniavirus Ankara und an Staphylococcus aureus Bakterium mit Micro Duo-Bezug und Leifheit Kraftreiniger (25ml auf 5l Wasser, Wassertemperatur 60°C) getestet.*

** Regulus Aqua Power Vac: An modifiziertem Vacciniavirus Ankara mit Leifheit Universalreiniger (5ml auf 500ml bei max Wassertemperatur 60°C) getestet.*

Bildmaterial zu dieser Mitteilung steht hier zum Download bereit:

https://ir.leifheit-group.com/websites/leifheit_ir/German/3900/bilder.html



Leifheit Saugwischer Regulus Aqua PowerVac



Leifheit Trinkflasche Flip



Leifheit Wäschetrockner Pegasus 180 Solid



Leifheit Wischsystem Profi XL



Henner Rinsche, Vorstandsvorsitzender/CEO Leifheit AG

