

Pressekonferenz Ambiente

7. Februar 2008

2007 im Überblick

- Konzernumsatz mit 276 Mio € auf Vorjahresniveau
- Unternehmensbereich Bad:
74 Mio € (+ 4,4 %)
- Unternehmensbereich Haushalt:
202 Mio € (- 1,8 %)
 - Leicht positive Entwicklung in Europa
getragen durch Wachstum in Osteuropa
 - Rückgang in den USA und anderen Ländern
des Dollarraums

Konzern 2007

Konzern 2007

Umsatz

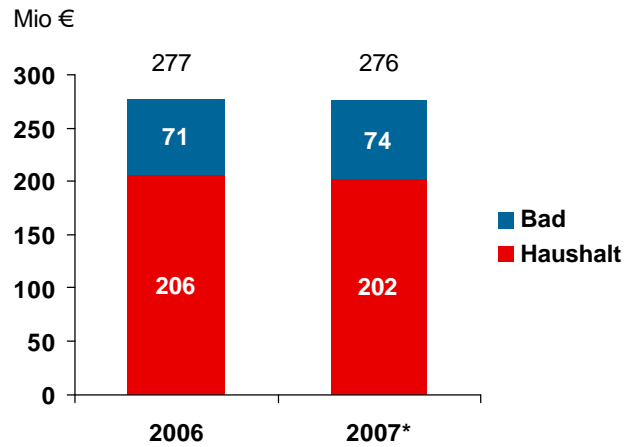
- Konzernumsatz auf Niveau des Vorjahres

	2006	2007*	Veränderung
	Mio €	Mio €	in %
Inland	115	114	- 1,0
Ausland	162	162	+ 0,4
Gesamt	277	276	- 0,2
Auslandsanteil	58 %	59 %	

* vorläufig

Konzern 2007

Umsatz nach Unternehmensbereichen



* vorläufig

Unternehmensbereiche

Ertragsorientiertes, stabiles Geschäft

- Umsatz nach Regionen

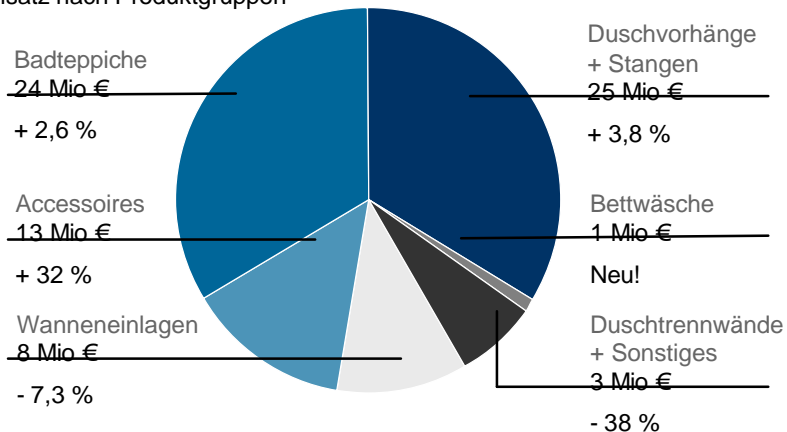
	2006 Mio €	2007* Mio €	Veränderung in %
Inland	28	30	+ 8,2
Ausland	43	44	+ 1,6
Gesamt	71	74	+ 4,4
Auslandsanteil	61 %	59 %	

* vorläufig

7

Wieder Wachstum bei Accessoires - Bettwäsche übertrifft Erwartungen

- Umsatz nach Produktgruppen*



* vorläufig

8

Umsatz bleibt insgesamt hinter den Erwartungen zurück

- Umsatz nach Regionen

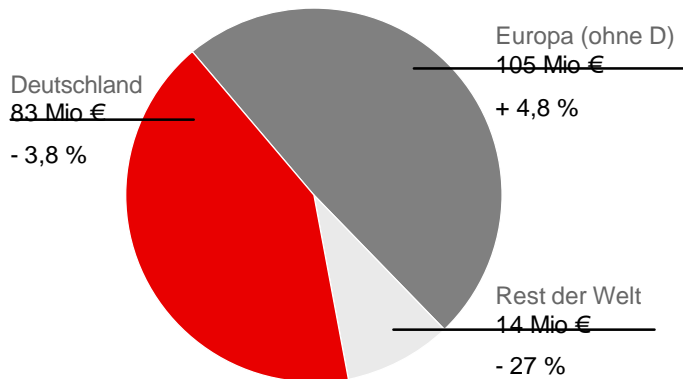
	2006 Mio €	2007* Mio €	Veränderung in %
Inland	87	83	- 3,8
Ausland	119	119	- 0,2
Gesamt	206	202	- 1,8
Auslandsanteil	58 %	59 %	

* vorläufig

9

Wachstum in Europa getragen durch Osteuropa-Geschäft

- Umsatz nach Regionen*

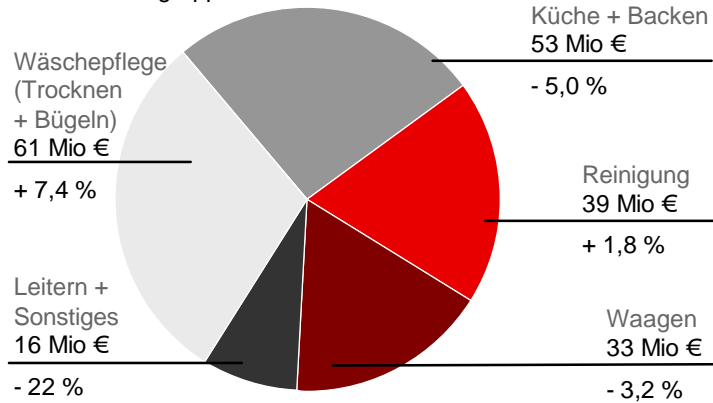


* vorläufig

10

Wachstum in den Kernkategorien Wäschepflege und Reinigung

- Umsatz nach Produktgruppen*



* vorläufig

11

Ziele und Strategie 2008 Unternehmensbereich Haushalt

Ziele

- Durch den gezielten **Aufbau der Marken LEIFHEIT, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle** in den Kern-Kategorien und -Ländern erzielen wir **Wachstum bei Umsätzen, Margen und EBIT**.
- Dies erreichen wir durch
 - **Ausbau unserer Innovationskraft**
 - **Verstärkung der POS-Präsenz**
 - **Kostenoptimierung**
 - **Schnelligkeit**

Kernstrategien

1. Konzentration auf **Wachstum in den Kernkategorien**
2. **Expansion** des Geschäfts in **Süd- und Zentraleuropa**
3. Erreichen von **POS-Excellence und Vertriebskanaloptimierung**
4. Fokussierung auf **Innovationen von Produkten, Prozessen und Systemen**
5. Lieferung qualitativ hochwertiger Produkte und Lösungen zu **geringsten Kosten**
6. Förderung und Entwicklung der **Mitarbeiter**

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

1. Wachstum in den Kernkategorien



Wäschepflege (Trocknen/Bügeln)



Reinigung



Küche



Waagen

15

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

2. **Expansion** des Geschäfts in **Süd- und Zentraleuropa**

- Frankreich
- Italien
- Spanien
- Tschechien
- Polen
- Ungarn
- Rumänien
- u. a.

16

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** und Vertriebskanaloptimierung



17

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** and Vertriebskanaloptimierung



18

Ziele und Strategie

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** und Vertriebskanaloptimierung



Ausblick 2008

Markt

- Stagnation beim Konsumklima
 - Optimistischere Grundstimmung der Verbraucher gibt Impulse für die Nachfrage,
 - Höhenflug des Euro, steigende Rohstoff- und Energiekosten können das Wirtschaftswachstum abkühlen und die Konsumlaune dämpfen.
- Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Markenprodukten steigt

Für LEIFHEIT

- 2008: Verbesserung des operativen Ergebnisses
- Unternehmensbereich Haushalt:
 - Konsequente Ausrichtung der Strategie auf die vier Kernkategorien
 - Projekte zur Kostenoptimierung und Reduzierung der Strukturkosten
 - Weiterführung des Supply Chain Champion Projektes zur Kostensenkung
- Unternehmensbereich Bad:
 - Erhalten hoher Marktanteile der traditionellen Produktgruppen und weiterer Ausbau neuer Produktgruppen
 - Positionierung als attraktiver Nischenanbieter durch Kombination von Designwelten innerhalb der Produktgruppen

Fokus auf Innovation

Fokus auf Innovation

Personenwaage LEGNO



Digitale Feinwaage ULTRA



Body Balance SLIM FT 5



Küchenwaage RETRO



KLEINE KALAHEN
SOEHNLE

Fokus auf Innovation

LEIFHEIT



Wäschschirm LINOMOTION

Bodenwischer PICOBELLO PLUS



Twist-System



Kombifix

25

Fokus auf Innovation

LEIFHEIT



Bügeltisch AIRBOARD XL PLUS

Power Peeler SWINGO



Reibe für Käse, Schokolade, Nüsse



26

Pressekonferenz Ambiente

7. Februar 2008

2007 im Überblick

- Konzernumsatz mit 276 Mio € auf Vorjahresniveau
- Unternehmensbereich Bad:
74 Mio € (+ 4,4 %)
- Unternehmensbereich Haushalt:
202 Mio € (- 1,8 %)
 - Leicht positive Entwicklung in Europa
getragen durch Wachstum in Osteuropa
 - Rückgang in den USA und anderen Ländern
des Dollarraums

Konzern 2007

Konzern 2007

Umsatz

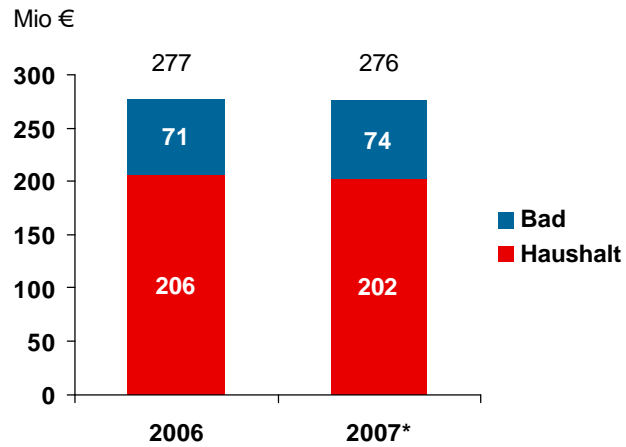
- Konzernumsatz auf Niveau des Vorjahres

	2006	2007*	Veränderung
	Mio €	Mio €	in %
Inland	115	114	- 1,0
Ausland	162	162	+ 0,4
Gesamt	277	276	- 0,2
Auslandsanteil	58 %	59 %	

* vorläufig

Konzern 2007

Umsatz nach Unternehmensbereichen



* vorläufig

Unternehmensbereiche

Ertragsorientiertes, stabiles Geschäft

- Umsatz nach Regionen

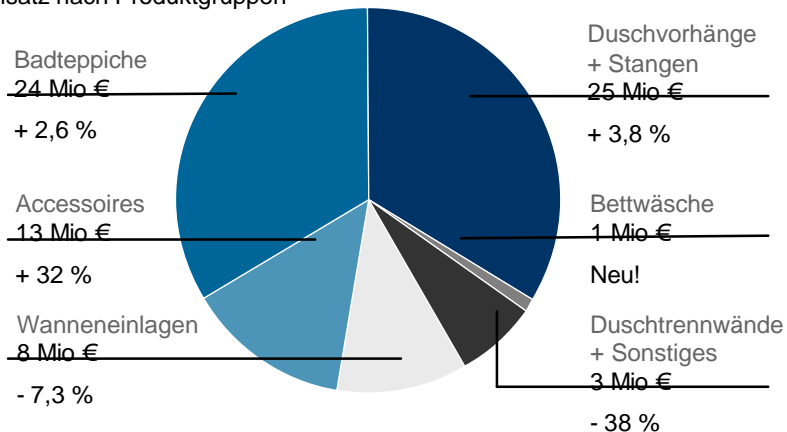
	2006 Mio €	2007* Mio €	Veränderung in %
Inland	28	30	+ 8,2
Ausland	43	44	+ 1,6
Gesamt	71	74	+ 4,4
Auslandsanteil	61 %	59 %	

* vorläufig

7

Wieder Wachstum bei Accessoires - Bettwäsche übertrifft Erwartungen

- Umsatz nach Produktgruppen*



* vorläufig

8

Umsatz bleibt insgesamt hinter den Erwartungen zurück

- Umsatz nach Regionen

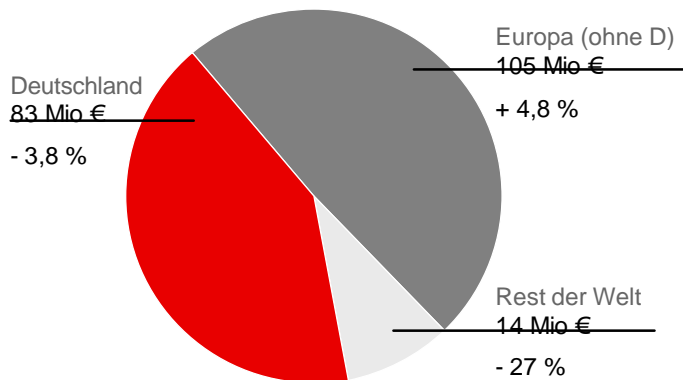
	2006 Mio €	2007* Mio €	Veränderung in %
Inland	87	83	- 3,8
Ausland	119	119	- 0,2
Gesamt	206	202	- 1,8
Auslandsanteil	58 %	59 %	

* vorläufig

9

Wachstum in Europa getragen durch Osteuropa-Geschäft

- Umsatz nach Regionen*

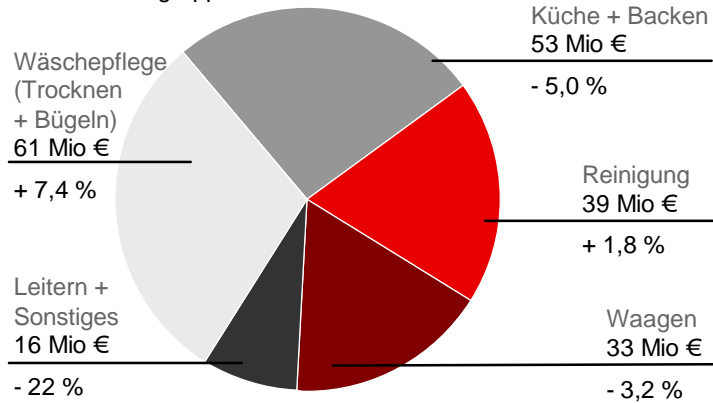


* vorläufig

10

Wachstum in den Kernkategorien Wäschepflege und Reinigung

- Umsatz nach Produktgruppen*



* vorläufig

Ziele und Strategie 2008 Unternehmensbereich Haushalt

Ziele und Strategie

Ziele

- Durch den gezielten **Aufbau der Marken LEIFHEIT, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle** in den Kern-Kategorien und -Ländern erzielen wir **Wachstum bei Umsätzen, Margen und EBIT**.
- Dies erreichen wir durch
 - **Ausbau unserer Innovationskraft**
 - **Verstärkung der POS-Präsenz**
 - **Kostenoptimierung**
 - **Schnelligkeit**

13

Ziele und Strategie

Kernstrategien

1. Konzentration auf **Wachstum in den Kernkategorien**
2. **Expansion** des Geschäfts in **Süd- und Zentraleuropa**
3. Erreichen von **POS-Excellence und Vertriebskanaloptimierung**
4. Fokussierung auf **Innovationen von Produkten, Prozessen und Systemen**
5. Lieferung qualitativ hochwertiger Produkte und Lösungen zu **geringsten Kosten**
6. Förderung und Entwicklung der **Mitarbeiter**

14

Kernstrategien

1. Wachstum in den Kernkategorien



Wäschepflege (Trocknen/Bügeln)



Reinigung



Küche



Waagen

15

Kernstrategien

2. **Expansion** des Geschäfts in **Süd- und Zentraleuropa**

- Frankreich
- Italien
- Spanien
- Tschechien
- Polen
- Ungarn
- Rumänien
- u. a.

16

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** und Vertriebskanaloptimierung



17

Ziele und Strategie

LEIFHEIT

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** and Vertriebskanaloptimierung



18

Ziele und Strategie

Kernstrategien

3. Erreichen von **POS-Excellence** und Vertriebskanaloptimierung



Ausblick 2008

Markt

- Stagnation beim Konsumklima
 - Optimistischere Grundstimmung der Verbraucher gibt Impulse für die Nachfrage,
 - Höhenflug des Euro, steigende Rohstoff- und Energiekosten können das Wirtschaftswachstum abkühlen und die Konsumlaune dämpfen.
- Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Markenprodukten steigt

Für LEIFHEIT

- 2008: Verbesserung des operativen Ergebnisses
- Unternehmensbereich Haushalt:
 - Konsequente Ausrichtung der Strategie auf die vier Kernkategorien
 - Projekte zur Kostenoptimierung und Reduzierung der Strukturkosten
 - Weiterführung des Supply Chain Champion Projektes zur Kostensenkung
- Unternehmensbereich Bad:
 - Erhalten hoher Marktanteile der traditionellen Produktgruppen und weiterer Ausbau neuer Produktgruppen
 - Positionierung als attraktiver Nischenanbieter durch Kombination von Designwelten innerhalb der Produktgruppen

Fokus auf Innovation

Fokus auf Innovation

Personenwaage LEGNO



Digitale Feinwaage ULTRA



Body Balance SLIM FT 5



Küchenwaage RETRO



LEIFHEIT KÜCHENWAAGEN
SOEHNLE

Fokus auf Innovation

LEIFHEIT



Wäschschirm LINOMOTION

Bodenwischer PICOBELLO PLUS



Twist-System



Kombifix

25

Fokus auf Innovation

LEIFHEIT



Bügeltisch AIRBOARD XL PLUS

Power Peeler SWINGO



Reibe für Käse, Schokolade, Nüsse



26

