

Akt. Kurs (30.08.2010, 12:19 Xetra): 15,65 EUR – Einschätzung: **Kaufen (Kaufen)** – Kursziel 12 Mon.: **20,00 (25,00) EUR**

Branche: Sonstiger Konsum
Land: Deutschland
ISIN: DE0006464506
Reuters: LEIG.DE
Bloomberg: LEI:GR

Kurzportrait

Die LEIFHEIT AG ist europäischer Markenanbieter von Produkten für ausgewählte Lebensbereiche im Haus. Nach dem im ersten Halbjahr 2010 erfolgten Verkauf des Badbereichs gliedert sich das Unternehmen nunmehr in die Sparten „Markengeschäft“ (Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte, Soehnle) und „Volumengeschäft“ (Birambeau, Herby).

	Hoch	Tief
Kurs 12 Mon.:	19,18 €	8,88 €
Aktueller Kurs:	15,65 €	
Aktienzahl ges.:	5.000.000	
Streubesitz:	31,0%	
Marktkapitalis.:	78,3 Mio. €	

Anlagekriterien

Nach Verkauf der Badsparte Konzentration auf das Haushaltsgeschäft

Etwas überraschend für Außenstehende gab die LEIFHEIT AG Anfang Juni die Trennung von ihrem bisherigen Geschäftsbereich Bad bekannt. Hierzu gehörten die 1988 zum Konzern hinzugekommene Spirella sowie Kleine Wolke/Meusch in Bremen.

Finanzvorstand Dr. Claus Zacharias räumte ein, dass diese Maßnahme auf Außenstehende wegen der Ertragsstärke des Badbereichs zunächst irritierend wirken könnte. Er sei aber der festen Überzeugung, dass die LEIFHEIT AG hier richtig handeln und mit dieser Vorgehensweise langfristig besser fahren würde als mit einem unveränderten Konzernzuschnitt.

Mit den aus dem Verkauf der Unternehmen des Badbereichs erlösten Mitteln will die LEIFHEIT AG nach eigenem Bekunden verstärkt in die Markenkommunikation investieren. Zudem soll die Haushaltssparte sinnvoll verstärkt werden. Unsere Frage nach konkreten Adressen beantwortete Dr. Zacharias dahingehend, dass man hier derzeit noch keine konkreten Firmen im Auge habe. Mögliche Übernahmekandidaten müssten jedoch von Anfang an profitabel arbeiten und ohne großen Aufwand in die Markenwelt des Haushaltsbereiches integrierbar sein.

Wir sehen den Verkauf der Badsparte neutral. Obwohl die Argumente des Managements ihre Berechtigung haben, war diese Maßnahme unseres Erachtens nicht zwingend notwendig, da auch die Badsparte in die übergeordnete Story der LEIFHEIT AG hinsichtlich des sog. „Homings“ sehr gut gepasst hat (siehe auch unsere Research-Note vom 22.02.2010). Zudem war es gerade der Badbereich, der die Gruppe mit seinen stabilen Erträgen in den schwierigen Jahren 2007 und 2008 vor einem noch tieferen Ertragseinbruch bewahrt hatte.

Finanzvorstand Dr. Claus Zacharias wies unsere Argumente nicht von der Hand, betonte aber, dass mit den Mitteln, die dem Unternehmen nun zur Verfügung stehen, viel bewegt werden könne. Das gelte für die Erschließung neuer Vertriebskanäle und Märkte ebenso wie für die Verstärkung der Kommunikation. Anhand einer erfolgreichen TV-Kampagne für das Twist-System im letzten Jahr habe man sehr deutlich erkennen können, wie positiv sich eine intensivere Kommunikation auf die Marke und den Umsatz auswirke.



Quelle: vw d market manager (vw d group)

Kennzahlen

	09 tats.	09 ang.	2010e	2011e
Umsatz	273	204	206	209
<i>bisher</i>	---	273	286	302
EBIT	8,1	3,1	7,1	9,3
<i>bisher</i>	---	8,1	11,5	14,3
Jahresüb.	3,1	3,1	12,8	5,0
<i>bisher</i>	---	---	6,0	7,8
Erg./Aktie	0,66	0,66	2,69	1,06
<i>bisher</i>	---	---	1,27	1,64
Dividende	3,00	3,00	0,60	0,60
<i>bisher</i>	0,60	0,60	---	0,70
KGV	23,7	23,7	5,8	14,8
Div.rendite	19,2%	19,2%	3,8%	3,8%

Angaben in Mio. Euro

Erg./Aktie und Dividende in Euro

Analyst:

Klaus Kränzle (CEFA)

Tel.: 0211 / 17 93 74 – 29

Fax: 0211 / 17 93 74 – 44

k.kraenzle@gsc-research.de

Halbjahresbericht zeigt deutliche Ertragsfortschritte im Kerngeschäft

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2010 meldete die LEIFHEIT AG mit 105,0 (Vj. 104,4) Mio. Euro einen stabilen Umsatz aus dem fortzuführenden Geschäft (d.h. Haushaltssparte). Das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte

sich im Zuge zahlreicher Optimierungsmaßnahmen, die sowohl im operativen als auch im finanziellen Bereich durchgeführt wurden, deutlich auf 7,7 Mio. Euro. Hierin sind nicht realisierte Kursgewinne aus der Bewertung von Devisentermingeschäften in Höhe von 2,1 Mio. Euro enthalten. Somit lag das bereinigte EBIT bei 5,6 Mio. Euro (Vj. 0,9 Mio. Euro).

Das Periodenergebnis des fortzuführenden Geschäftes betrug nach Steuern plus 5,5 (-0,9) Mio. Euro. Das Ergebnis aus der Badsparte wies die LEIFHEIT AG gemäß IFRS auf Nachsteuerbasis als Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft aus. Mit 10,1 (1,3) Mio. Euro wurde auch hier eine deutliche Ertragssteigerung verbucht.

Das Gesamtergebnis verbesserte sich im Berichtszeitraum auf 15,6 (0,4) Mio. Euro, was mit einem Ergebnis je Aktie von 3,29 (0,10) Euro einherging. Wichtig ist dabei aus unserer Sicht, dass das neue Kerngeschäft Haushalt nach erfolgreichem Turnaround im ersten Halbjahr überzeugte.

Umfangreiche Änderungen in der Segmentberichterstattung

Nachdem die Segmentberichterstattung der LEIFHEIT AG bislang auf den beiden Säulen Haushalt und Bad fußte, hat das Unternehmen nach dem Verkauf der zum Badbereich gehörenden Gesellschaften gemäß den IFRS-Regeln ein neues Berichtsformat eingeführt.

Der Konzern berichtet nun rückwirkend seit Jahresbeginn und somit erstmals für das erste Halbjahr 2010 über die beiden Sparten Markengeschäft und Volumengeschäft. Im Bereich Markengeschäft sind die Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle vertreten. Das Volumengeschäft wird ausschließlich durch die bislang nur außerhalb Deutschlands vertriebenen Produktlinien Birambeau (Küche) und Herby (Wäschepflege) repräsentiert.

Unsere Frage, wo die LEIFHEIT AG in Zukunft Aktionsware für einen Discounter verbuchen würde, beantwortete Finanzvorstand Dr. Zacharias mit der Sparte Markengeschäft. Er betonte aber, dass hier der Grundsatz „Nomen est omen“ gelten müsse und die Produktion derartiger Aktionsware in jedem Falle ein Randthema für den Konzern bleiben solle. Bei aller Fixierung auf die seiner Ansicht nach starke Markenposition der LEIFHEIT-Produkte wolle er Geschäfte mit Discountern jedoch nicht definitiv ausschließen.

In Zahlen ausgedrückt markierte die neue Sparte Markengeschäft mit einem gegenüber dem Vorjahreszeitraum unveränderten Umsatz von 90 Mio. Euro im Vergleich zum Volumengeschäft mit 15 (Vj. 14) Mio. Euro den wesentlich größeren Bereich. Nach den umfangreichen Maßnahmen zur Ertragssteigerung gilt diese Relation auch für das Segmentergebnis (EBIT). Hier kam das Markengeschäft auf 7,3 (1,1) Mio. Euro und das Volumengeschäft auf 1,8 (1,4) Mio. Euro.

Der Vollständigkeit halber und zur Nachvollziehbarkeit in Richtung Konzern-EBIT seien auch die nicht zuzuordnenden Überleitungswerte von minus 1,4 (-1,6) Mio. Euro genannt. Der aus der Segmentberichterstattung so errechnete Gesamtwert von 7,7 (0,9) Mio. Euro entspricht in der Konzernberichterstattung definitionsgemäß dem EBIT, welches allerdings im neuen Unternehmenszuschnitt nur noch die fortgeführten Geschäftsbereiche abbildet.

Sehr gute Finanzausstattung verschafft Handlungsspielräume

Mit einem Zahlungsmittelbestand per 30.06.2010 von 36,0 (31.12.2009: 32,7) Mio. Euro verfügt der LEIFHEIT-Konzern weiterhin über alle Möglichkeiten, wie angestrebt seine Haushaltssparte mit den aus dem Verkauf des Badbereichs erlösten Mitteln zu verstärken. Laut Finanzvorstand Dr. Zacharias ist in dem Wert von 36 Mio. Euro die erst Ende Juni realisierte Veräußerung von Kleine Wolke/Meusch noch nicht enthalten. Der Verkauf der schweizerischen Spirella ist hier allerdings bereits berücksichtigt.

In Verbindung mit den zur Verfügung stehenden Kreditlinien würde dem Unternehmen nach unseren Schätzungen demnach für Akquisitionen ein Betrag im mittleren zweistelligen Millionenbereich zur Verfügung stehen. Nach einem stringenten Schuldenabbau ist die LEIFHEIT AG nach wie vor bankschuldenfrei.

Makroökonomisches Umfeld nach Stabilisierung als neutral zu werten

Das für den Geschäftsverlauf der LEIFHEIT AG relevante volkswirtschaftliche Umfeld werten wir insgesamt als neutral. Im Gegensatz zu den vergangenen Jahren erwarten wir hier momentan zwar einerseits keine Belastungen für deutsche Konsumgüterunternehmen, auf der anderen Seite sehen wir aber auch keinen makroökonomischen Rückenwind für die hier tätigen Firmen.

Aufgrund des sehr robusten Arbeitsmarktes gestaltet sich die Konsumfreudigkeit der deutschen Verbraucher vergleichsweise gut. Zu unserer Überraschung spielen hier die möglicherweise steigenden kommunalen Entgelte und Gebühren als Folge der Sparmaßnahmen der öffentlichen Hand noch keine Rolle. Diese könnten sich bremsend auf das Ausgabeverhalten der Konsumenten auswirken. So verbesserte sich das ifo-Geschäftsklima für den Einzelhandel (Saldo) im August im Verhältnis zum Vormonat deutlich auf plus 9,1 (Juli: +3,8). Die absolute Zahlenhöhe kann jedoch hier nicht interpretiert werden.

Die Verbraucher bleiben aber laut neuesten Zahlen des Statistischen Bundesamtes vorsichtig. So lagen die Konsumausgaben der privaten Verbraucher im zweiten Quartal 2010 lediglich um 1,2 Prozent höher als im Vorjahresvergleichszeitraum, was jedoch im schwierigen deutschen Umfeld von uns als positiv gewertet wird.

Wichtig für viele Konsumgüterproduzenten ist insbesondere das in das vierte Quartal fallende Weihnachtsgeschäft. Hier geht das Meinungsforschungsinstitut Forsa von einem zweiprozentigen Umsatzzuwachs aus. Dieser Wert würde für den Handel das beste Weihnachtsgeschäft seit 2006 bedeuten.

Schätzungen überarbeitet und an neue Konzernstruktur angepasst

Nach der umfassenden Neuausrichtung der LEIFHEIT AG mit der Fokussierung auf die Produktgruppe Haushaltswaren haben wir unsere Schätzungen umfassend überarbeitet und an den neuen Unternehmenszuschnitt angeglichen.

Dabei haben wir zur besseren Vergleichbarkeit mit unseren neuen Prognosen in unserem Schätzungstableau neben den tatsächlich gemeldeten Zahlen für 2009 in einer separaten Spalte die Zahlen für 2009 so angesetzt, als wenn die neue Unternehmensstruktur schon zu diesem Zeitpunkt bestanden hätte. Das Nettoergebnis des nicht fortgeführten Badbereichs haben wir hier in einer Bereinigungszeile aufgeführt, so dass sich beim bereinigten Jahresüberschuss wieder der offiziell veröffentlichte Gewinn ergibt. Die Ertragsstärke des Unternehmens im neuen Zuschnitt kommt demnach in der unbereinigten Größe „Jahresüberschuss“ zum Ausdruck.

Nachfolgend beziehen sich die „bisher“-Angaben bei unseren Prognosen für 2010 und 2011 auf den alten Unternehmenszuschnitt, da wir diese nicht rückwirkend angepasst haben. Deshalb seien sie an dieser Stelle nur der Vollständigkeit halber erwähnt. Einen besseren Vergleichsmaßstab bieten unseres Erachtens die von uns geschätzten Zahlen für die korrigierte 2009er-Gewinn- und Verlustrechnung. Die LEIFHEIT AG wird nach eigenen Angaben im Rahmen der Bilanzerstellung für 2010 hier als Service für die Kapitalmarktteilnehmer geeignete Zahlen bereitstellen.

Wir rechnen für 2010 nunmehr mit einem Umsatz von 206 (bisher 286) Mio. Euro, was gegenüber dem angepassten Vorjahreswert eine Steigerung von einem Prozent bedeuten würde. Diese Zuwachsrate liegt leicht unter den jetzt prognostizierten Werten für das Wachstum des privaten Konsums in Deutschland, sollte aber realistisch sein.

Das EBIT sehen wir als Folge der weiter fortgesetzten Optimierung des operativen Geschäftes jetzt bei 7,1 (11,5) Mio. Euro. Unsere Schätzung für den Jahresüberschuss nach Steuern und Anteilen Dritter (des fortgeführten Geschäftes) haben wir auf 2,8 (6,0) Mio. Euro reduziert.

Das Ergebnis je Aktie des fortgeführten Geschäftes würde in diesem Szenario 1,04 Euro betragen. Den das Nettoergebnis aus dem verkauften Badbereich umfassenden bereinigten Jahresüberschuss schätzten wir auf 12,8 (6,0) Mio. Euro. Somit verbessert sich das prognostizierte Ergebnis je Aktie gegenüber unserem bisherigen Ansatz ebenfalls signifikant auf 2,69 (1,27) Euro.

Bei der Dividende für 2010 gehen wir trotz des vergleichsweise hohen geschätzten Ergebnisses je Aktie unverändert von einer Zahlung in Höhe von 0,60 Euro je Anteilschein aus. Ihren Anteil an dem Erlös aus dem Verkauf der Badsparte haben die Aktionäre bereits im Rahmen der Ausschüttung für 2009 von 3,00 Euro erhalten (siehe auch unser HV-Bericht vom 13.06.2010). Finanzvorstand Dr. Zacharias ergänzte hierzu, dass die LEIFHEIT AG bei der Ausschüttungsbemessung für 2009 einer Cash Flow- und nicht einer Ergebnisbetrachtung gefolgt sei.

Auch für 2011 haben wir unsere Schätzungen analog der Vorgehensweise für 2010 an den neuen Unternehmenszuschnitt angepasst. Wir rechnen hier jetzt mit einem Umsatz von 208,8 (302,0) Mio. Euro. Dabei haben wir jedoch sinnvollerweise die geplanten Unternehmenszukäufe noch nicht berücksichtigt. Den Jahresüberschuss nach Steuern (sowohl bereinigt als auch unbereinigt) sehen wir jetzt bei 5,0 (7,8) Mio. Euro, was ein Ergebnis je Aktie von 1,06 (1,64) Euro nach sich ziehen würde. Vor diesem Hintergrund senken wir unsere Dividendenprognose für 2011 auf das langjährige Standardniveau von 0,60 (0,70) Euro je Anteilschein.

Bewertung

Dem fairen Wert der LEIFHEIT-Aktie und den diesen bestimmenden Einflussfaktoren kommt unserer Meinung nach eine breit aufgestellte Peer Group am nächsten. Wir verwenden daher das 2010er Branchen-KGV des Sektors Sonstige Konsumgüter (d.h. ohne Lebensmittel), welches momentan bei 15,1 (bisher 17,0) liegt.

Auf Basis des von uns für 2010 erwarteten LEIFHEIT-Gewinns je Aktie für den fortgeführten Bereich von 1,04 (1,27 für das gesamte Unternehmen) Euro erhalten wir in Verbindung mit dem KGV der Peer Group als erste Bewertungsindikation ein Ergebnis von 15,64 (21,59) Euro. Der Grund für diesen deutlich niedrigeren Wert liegt neben der im Zuge des Konzernumbaus erfolg-

ten Umstellung auf das Ergebnis je Aktie des fortgeführten Bereichs auch im gesunkenen Bewertungsniveau der Vergleichsaktien.

In Anbetracht des kontinuierlichen Cash Flows der LEIFHEIT AG nehmen wir weiterhin auch eine Bewertung anhand eines DCF-Modells vor. Im Rahmen dieser Berechnung (Normalisierter Durchschnitts-Cash Flow ~7,5 Mio. €, Abzinsungszinssatz 5,12%, Ewiges Wachstum 0%, Betafaktor 1,0) ermitteln wir ein zweites Zwischenergebnis von 24,44 (bisher 28,06) Euro. Dieser niedrigere Wert resultiert aus unseren im Zuge des Unternehmensumbaus und der Konzentration auf die Haushaltssparte reduzierten Schätzungen. Dabei haben wir auch den vergleichsweise hohen Mittelabfluss aus der Dividende mit 14,3 (Vj. 2,9) Mio. Euro berücksichtigt. Einen Teil dieses Effektes hat jedoch das seit unserer letzten Analyse nochmals deutlich gesunkene Zinsniveau kompensiert.

Bei unserem DCF-Modell stufen wir gemäß der aktuellen Mehrheitsmeinung in der Betriebswirtschaftslehre die Pensionsrückstellungen der LEIFHEIT AG per 30.06.2010 von 40,5 (31.12.2009: 44,1) Mio. Euro weiterhin als Fremdkapital ein und lassen bei einer per Ende Juni vorhandenen Liquidität von 36,0 (32,7) Mio. Euro eine „mathematische“ Nettoverschuldung von 4,5 Mio. Euro in unser Rechenmodell einfließen.

Als Mittelwert aus Peer Group- und DCF-Bewertung ergibt sich ein Ergebnis von 20,04 (bisher 24,82) Euro als fairer Wert für die LEIFHEIT-Aktie, welchen wir auf unser reduziertes Kursziel von 20,00 (25,00) Euro abrunden. Hierbei sei ausdrücklich erwähnt, dass diese Reduzierung unseres Kurszieles lediglich auf den durch den Konzernumbau geänderten Rahmenbedingungen basiert und keine negativere Einschätzung des Wertes als zuvor bedeutet.

Nach einem Kurshoch von rund 19 Euro hat die Aktie der LEIFHEIT AG auch im Zuge des Dividendenabschlags aktuell auf ein Niveau von circa 15,50 Euro nachgegeben, das wir weiterhin als gute Kaufgelegenheit ansehen, da wir der Überzeugung sind, dass das Unternehmen auch im neuen Zuschnitt an der Börse momentan zu vorsichtig bewertet wird. Vor diesem Hintergrund erneuern wir unsere Kaufempfehlung mit einem um 5 auf 20 Euro reduzierten Kursziel.

Fazit

Für viele Beobachter überraschend gab die LEIFHEIT AG Anfang Juni den Verkauf ihrer Badsparte bekannt. Die Reaktionen der Börsenteilnehmer waren hier durchaus geteilt. Der Badbereich hatte gerade in den für den Konzern schwierigen Jahren 2007 und 2008 das Gesamtunternehmen vor einem noch tieferen Ertragseinbruch bewahrt.

Wir sehen die Veräußerung neutral. Unserer Meinung nach war sie nicht unbedingt notwendig, da das Thema Bad durchaus zu der für die LEIFHEIT AG übergeordneten Story des sog. „Homings“ sehr gut gepasst hat. Allerdings ist die Argumentation des Managements, sich in Zukunft auf den Haushaltsbereich zu konzentrieren, auch nicht von der Hand zu weisen. Hier will sich der Konzern noch in ausgewählten Bereichen verstärken.

Die ins Auge gefassten Unternehmenszukäufe haben wir jedoch noch nicht in unsere Schätzungen eingearbeitet. Wir haben unsere Prognosen aber an den neuen Konzernzuschnitt mit der Konzentration auf die Haushaltssparte angepasst. Insgesamt kommen wir bei einer weiterhin guten finanziellen Position des Unternehmens auf ein um 5 auf 20 Euro ermäßigtes Kursziel. Diese Reduzierung unseres Kurszieles basiert jedoch lediglich auf den durch den Konzernumbau geänderten Rahmenbedingungen und ist nicht mit einer negativen Einstufung gegenüber unserer letzten Research-Note verbunden.

Aktuell notiert die LEIFHEIT-Aktie mit einem Niveau von circa 15,50 Euro auch in der neuen Konzernaufstellung unter dem von uns ermittelten fairen Wert. Vor diesem Hintergrund erneuern wir unsere Kaufempfehlung mit einem Kursziel von 20 Euro. Die momentane Situation der Seitwärtsbewegung des Kurses ist unseres Erachtens eine gute Gelegenheit für den Value-Investor, die Bestände in dem Titel aufzustocken. Eine Dividendenrendite von knapp 4 Prozent sollte zudem das Kursrisiko begrenzen.

Gewinn- und Verlustrechnung

LEIFHEIT AG										
in Mio. € / Geschäftsjahr bis 31.12.	2009 (tatsächlich)		2009 (angepasst)		2010e		2011e		2012e	
Umsatz	272,5	100,0%	204,0	100,0%	206,0	100,0%	208,8	100,0%	212,0	100,0%
Veränderung zum Vorjahr			-25,1%		1,0%		1,4%		1,5%	
Kosten der Umsatzerlöse	152,3	55,9%	116,7	57,2%	116,1	56,4%	115,7	55,4%	116,6	55,0%
Veränderung zum Vorjahr			-23,4%		-0,5%		-0,4%		0,8%	
Bruttoergebnis vom Umsatz	120,2	44,1%	87,3	42,8%	89,9	43,6%	93,1	44,6%	95,4	45,0%
Forschungs- und Entwicklungskosten	7,0	2,6%	6,6	3,2%	6,7	3,3%	6,7	3,2%	6,7	3,2%
Vertriebskosten	85,3	31,3%	60,6	29,7%	62,2	30,2%	62,6	30,0%	63,6	30,0%
Veränderung zum Vorjahr			-29,0%		2,6%		0,7%		1,5%	
Verwaltungskosten	18,0	6,6%	13,0	6,4%	13,2	6,4%	13,2	6,3%	13,2	6,2%
Veränderung zum Vorjahr			-27,8%		1,5%		-0,3%		0,6%	
Sonstiges Ergebnis	-1,6	-0,6%	-3,2	-1,6%	-1,5	-0,7%	-1,5	-0,7%	-1,6	-0,8%
Sonst. Finanzergebnis u. Erträge aus Beteilig.	-0,3	-0,1%	-0,8	-0,4%	0,8	0,4%	0,2	0,1%	0,2	0,1%
EBITDA (nachrichtlich)	19,2	7,0%	11,1	5,4%	15,1	7,3%	17,3	8,3%	18,5	8,7%
Veränderung zum Vorjahr			-42,0%		36,0%		14,8%		6,6%	
Abschreibungen	11,1	4,1%	8,0	3,9%	8,0	3,9%	8,0	3,8%	8,0	3,8%
Veränderung zum Vorjahr			-27,6%		0,0%		0,0%		0,0%	
EBIT	8,1	3,0%	3,1	1,5%	7,1	3,4%	9,3	4,5%	10,5	4,9%
Veränderung zum Vorjahr			-61,7%		129,0%		31,4%		12,2%	
Zinsergebnis	-2,6	-1,0%	-2,0	-1,0%	-2,1	-1,0%	-1,8	-0,9%	-1,7	-0,8%
Info: a.o. Ergebnis	0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	
Ergebnis vor Steuern	5,5	2,0%	1,1	0,5%	5,0	2,4%	7,5	3,6%	8,8	4,1%
Steuerquote	43,6%		127,3%		44,0%		33,4%		33,8%	
Ertragssteuern (neg. VZ = Erstattung)	2,4	0,9%	1,4	0,7%	2,2	1,1%	2,5	1,2%	3,0	1,4%
Jahresüberschuss	3,1	1,1%	-0,3	-0,1%	2,8	1,4%	5,0	2,4%	5,8	2,7%
Veränderung zum Vorjahr			-109,7%		1033,3%		79,1%		15,8%	
Saldo Bereinigungspos. nicht fortgef. Bereich	0,0		3,4		10,0		0,0		0,0	
Anteile Dritter *	0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	
Bereinigter Jahresüberschuss	3,1	1,1%	3,1	1,5%	12,8	6,2%	5,0	2,4%	5,8	2,7%
Veränderung zum Vorjahr			0,0%		312,9%		-60,8%		15,8%	
Gewichtete Gesamtanzahl der Aktien	4,750		4,750		4,750		4,750		4,750	
Gewinn je Aktie	0,66		0,66		2,69		1,06		1,22	

* = Anteile Dritter bestehen, liegen aber unter Ausweisgrenze von 0,1 Mio €

EPS fortgeführte Bereiche: **1,04**

Aktionärsstruktur

HOME Beteiligungen GmbH	47,34%
MKV Verwaltungs GmbH	10,03%
Joachim Loh	6,62%
Eigene Aktien	5,00%
Streubesitz	31,01%

Termine

11. November 2010 Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2010

Kontaktadresse

LEIFHEIT AG
Leifheitstraße 1
D-56377 Nassau/Lahn

Internet: www.leifheit.de

Ansprechpartner Investor Relations:

Frau Petra Dombrowsky

Tel.: +49 (0) 2604 / 977 – 218
Fax: +49 (0) 2604 / 977 – 66218
EMail: ir@leifheit.com

Disclosures

Die Einstufung von Aktien beruht auf der Erwartung des/der Analysten hinsichtlich der Wertentwicklung der Aktie während der folgenden zwölf Monate. Dabei bedeutet die Einstufung „Kaufen“ eine erwartete Wertsteigerung von mindestens 15%. „Halten“ bedeutet eine Wertsteigerung zwischen 0% und 15%. „Verkaufen“ bedeutet, dass die erwartete Wertentwicklung negativ ist. Sofern nicht anders angegeben, beruhen genannte Kursziele auf einer Discounted-Cash-flow-Bewertung und/oder auf einem Vergleich der Bewertungskennzahlen von Unternehmen, die nach Ansicht des/der jeweilige(n) Analyst(en) vergleichbar sind. Das Ergebnis dieser fundamentalen Bewertung wird durch den/die Analysten unter Berücksichtigung des Börsenklimas angepasst.

Übersicht über unsere Empfehlungen für die Aktie in den vergangenen 12 Monaten:

Veröffentlichungsdatum	Kurs bei Empfehlung	Empfehlung	Kursziel
23.04.2010	17,30 €	Kaufen	25,00 €
22.02.2010	14,95 €	Kaufen	19,50 €
19.11.2009	14,39 €	Kaufen	19,50 €

Die Verteilung der Empfehlungen unseres Anlageuniversums sieht aktuell wie folgt aus (Stand 30.06.2010):

Empfehlung	Basis: alle analysierten Firmen	Firmen mit Kundenbeziehungen
Kaufen	49,4%	55,6%
Halten	34,9%	40,7%
Verkaufen	15,7%	3,7%

Mögliche Interessenskonflikte bei in diesem Research-Report genannten Gesellschaften:

Firma	Disclosure
LEIFHEIT AG	1

1. GSC Research und/oder ihre verbundene Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren Research-Berichte im Auftrag der Gesellschaft erstellt.
2. GSC Research und/oder ihre verbundene Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren Beratungsleistungen für die Gesellschaft erbracht.
3. GSC Research und/oder ihre verbundene Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren an der Umplatzierung von Aktien der Gesellschaft mitgewirkt.
4. Von GSC Research und/oder ihren verbundenen Unternehmen als (Sub-)Berater betreute Anleger halten Aktien der Gesellschaft.
5. Der Verfasser oder andere Mitarbeiter von GSC Research halten unmittelbar Aktien der Gesellschaft oder darauf bezogene Derivate (Gegenwert >500 Euro).
6. Organe und/oder maßgebliche Aktionäre dieser Gesellschaft sind an der GSC Holding AG als Mutter von GSC Research unmittelbar beteiligt.
7. Nach Kenntnis von GSC Research halten Investoren, die mit 2,5% oder mehr an der GSC Holding AG als Mutter von GSC Research beteiligt sind (siehe www.gsc-ag.de), unmittelbar Aktien der Gesellschaft oder darauf bezogene Derivate.

Haftungserklärung

Die in dieser Studie enthaltenen Informationen stammen aus öffentlichen Informationsquellen, die die GSC Research GmbH für vertrauenswürdig und verlässlich halten. Für deren Korrektheit und Vollständigkeit sowie mögliche andere Fehler jeglicher Art kann jedoch keinerlei Haftung übernommen werden. Für die Richtigkeit von zur Erstellung der Studie seitens der Gesellschaft eventuell zur Verfügung gestellten Unterlagen und erteilten Auskünfte ist diese selbst verantwortlich. Alle Meinungsäußerungen spiegeln die aktuelle und subjektive Einschätzung des/der Analysten wider und können ohne vorherige Ankündigung jederzeit geändert werden.

Diese Studie ist ausschließlich für Anleger mit Geschäftssitz in der Bundesrepublik Deutschland bestimmt. Die Studie dient nur der Information und stellt keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Aktien oder anderen Finanzinstrumenten dar. Jeder Anleger wird hiermit aufgefordert, sich ausführlich und weitergehend zu informieren und bei etwaigen Anlageentscheidungen eine qualifizierte Fachperson zu Rate zu ziehen. Jedes Investment in Aktien oder andere Finanzinstrumente ist mit Risiken verbunden und kann schlimmstenfalls bis zum Totalverlust führen. Weder die GSC Research GmbH noch ihre verbundenen Unternehmen, gesetzlichen Vertreter und Mitarbeiter haften für Verluste oder Schäden irgendwelcher Art, die im Zusammenhang mit Inhalten dieser Studie stehen.

Die Erstellung und Verbreitung dieser Studie untersteht dem Recht der Bundesrepublik Deutschland. Ihre Verbreitung in anderen Jurisdiktionen kann durch dort geltende Gesetze oder sonstige rechtliche Bestimmungen beschränkt sein. Personen mit Sitz außerhalb der Bundesrepublik Deutschland, in deren Besitz diese Studie gelangt, müssen sich selbst über etwaige für sie gültige Beschränkungen unterrichten und diese befolgen. Diese Studie darf ohne die vorherige schriftliche Genehmigung durch die GSC Research GmbH weder vollständig noch teilweise nachgedruckt oder in irgendeiner Form gespeichert werden.

Für die Erstellung dieser Studie ist die GSC Research GmbH, Immermannstraße 35, 40210 Düsseldorf verantwortlich.