

LEIFHEIT

MARKE

Seit mehr als 55 Jahren gehört Leifheit zu den führenden Anbietern von Haushaltsprodukten in Europa. Die Vision des Unternehmens ist es, die führenden Experten für Lösungen zu sein, die das tägliche Leben zu Hause leichter und bequemer machen. Mit den Marken Leifheit und Soehnle – zwei fortschrittliche und renommierte Marken – bietet das Unternehmen hochwertige und innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und wegweisendem Design. Zusätzlich zum Markengeschäft ist Leifheit mit dem französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby im serviceorientierten Volumengeschäft tätig.

Die Leifheit-Gruppe beschäftigt derzeit ungefähr 1.050 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Hauptsitz der Gesellschaft befindet sich in Nassau an der Lahn in Deutschland. Von hier aus liefert das Unternehmen seine Produkte in mehr als 80 Länder der Welt. Leifheit verfügt über 15 eigene Standorte und Niederlassungen, darunter fünf Logistik- und Produktionsstätten in Deutschland, Frankreich, der Tschechischen Republik und die Niederlassung in Österreich, die 2015 ihr 20-jähriges Bestehen feierte.

Mit der Gründung der Niederlassung in Österreich wurde vor 20 Jahren der erste von vielen erfolgreichen Schritten getätigt. Dank der Stärke, Herausforderungen des Marktes anzunehmen und mit erfolgreichen Strategien Veränderungen zu begegnen, hat die Niederlassung in den letzten 20 Jahren stetiges Wachstum erzielt.

20 **LEIFHEIT**
JAHRE *Österreich*



Damit schreibt die Niederlassung einen nicht unerheblichen Teil der Erfolgsgeschichte des Unternehmens und etabliert Leifheit als einen der renommiertesten Hersteller qualitativ hochwertiger Haushaltshelfer in Österreich.

FIRMENGESCHICHTE

Leifheits Erfolgsgeschichte begann 1959 in Nassau mit der Produktion von Teppichkehrern. Das Ehepaar Günter und Ingeborg Leifheit gründete das Unternehmen am 11. September 1959 mit dem Ziel, nichtelektrische Reinigungsgeräte für den privaten Haushalt herzustellen und zu vertreiben.

Es gehörte viel unternehmerischer Wagemut dazu, einen großen Teil des Privatvermögens in die Entwicklung und Produktion von Haushaltsgeräten zu investieren. 1960 begann die Fertigung von Teppichkehrern mit 40 Mitarbeitern. Gleichzeitig wurde von der Firma W. F. Kaiser & Co. auch die Produktion des Watermap, ein Schwammschrubber, übernommen. Von Beginn an war das Unternehmen äußerst innovationsfreudig. Getreu der Philosophie, die Hausarbeit zu erleichtern, wurden Produkte mit sichtbarem Verbrauchernutzen entwickelt. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda und absatzwirtschaftliche Aktivitäten wurde bereits in den Unternehmensanfängen der Grundstein für eine hohe Markenbekanntheit gelegt. Mit ihrem herausragenden unternehmerischen Talent und ihrem unermüdlichen Engagement konnten Günter und Ingeborg Leifheit mit ihrem Unternehmen schon nach wenigen Jahren eine führende Position in der europäischen Haushaltsbranche einnehmen. 1984 wurde die Leifheit INTERNATIONAL GmbH zur Leifheit Aktiengesellschaft umgewandelt. Seit diesem Zeitpunkt sind die Leifheit-Aktien an der Börse notiert. Durch Akquisitionen wurde die Leifheit-Gruppe um renommierte Marken wie Soehnle Waagen, Dr. Oetker Backgeräte, Kleine Wolke, Meusch und Spirella erweitert. Kleine Wolke und Spirella, wie auch Dr. Oetker Backgeräte wurden später wieder verkauft. Heute werden unter der Marke Soehnle auch ein umfassendes Relax-Sortiment sowie Produkte aus dem Bereich „Wellbeing“, die zum persönlichen Wohlbefinden beitragen, geführt. Schon bald nach der Gründung wurde auch im Ausland ein großer Teil der Nassauer Produktion abgesetzt. Vor allem in Europa, aber auch in Übersee wurden

Reinigungsgeräte mit großem Erfolg vertrieben. Bereits Mitte der 60er-Jahre gründete das Ehepaar Leifheit die ersten ausländischen Verkaufsniederlassungen in den Niederlanden und in Frankreich. Heute vertreibt das Unternehmen seine Produkte über eigene Niederlassungen oder Importeure in der ganzen Welt. Etwa 60 Prozent des Umsatzes werden im Ausland erzielt.

Das Haushaltsgeräte-Programm wurde 1996 zusätzlich durch die Übernahme von FRZ in Zuzenhausen um die Produktgruppe Bügeln und Leitern erweitert. Im Jahre 2001 konnte der deutsche Marktführer bei Personen- und Küchenwaagen Soehnle in den Leifheit-Konzern integriert werden.

Zu den jüngsten Akquisitionen gehören die Firma Brambeau in Paris und der französische Hersteller von Wäschetrocknern, Herby.

MARKEN



Leifheit steht für clevere, langlebige Produkte, mit denen die Arbeit im Haushalt leichter von der Hand geht. Aus diesem Grund stellt das Unternehmen höchste Anforderungen an Qualität und Sicherheit der Produkte. Die Produkte werden umfassend in den eigenen Prüflabors oder bei externen Prüfinstituten getestet. Selbstverständlich verzichtet Leifheit auf jedwede geplante Produktlebensdauer, ein Grundsatz, der sich gleichfalls in den Garantiezeiten der Produkte widerspiegelt. Dafür wurden mehrere Produkte mit dem Blauen Engel und dem Plus X Award ausgezeichnet.

Ob beim Wäschetrocknen, Bügeln, Putzen oder in der Küche – die Marke Leifheit bietet clevere Lösungen, mit denen die Arbeit leichter von der Hand geht: sinnvolle, durchdachte Produkte mit hoher Qualität, die reibungslos funktionieren. Mit ihrem modernen, zeitlosen Design passen die praktischen Helfer von Leifheit perfekt in jeden Haushalt.



Seit über 140 Jahren steht die Marke Soehnle mit ihren Waagen für exzellente Qualität und Zuverlässigkeit, hohen Bedienkomfort sowie herausragendes, wegweisendes Design. Und das mit internationalem Erfolg: Mit mehr als 200 Millionen verkauften Waagen ist Soehnle als eine der führenden Marken im Bereich der Haushalts- und Personenwaagen fest etabliert und profiliert sich mit seiner Relax-Serie auch auf dem Wellness-Sektor.

INNOVATION

Bereits der erste Teppichkehrer war in Zusammenarbeit mit dem renommierten Designer Professor Hans Erich Slang aus Stuttgart entstanden. Ergonomische Formen, ansprechende Farben und vor allem eine hohe Funktionalität waren von Anfang an die Maßgabe an die Leifheit-Produkte. Neben den Teppichkehrern waren Produkte wie die Wäschetrockner Telegant und Rollfix, Stand- und Badewannentrockner sowie Bodenwischgeräte wie der Watermop herausragende Produktinnovationen der Anfangszeit. Viele davon wurden inzwischen weiterentwickelt und zu eigenen Produktkategorien ausgebaut. Funktion, Qualität und Design bilden bei Leifheit von jeher eine Einheit und führen zu neuen Problemlösungen, die das Leben erleichtern.

MARKENWERT

Leifheit behält stets den konsequenten Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer. Darüber hinaus werden die Fähigkeiten weiter ausgebaut, innovative Lösungen zu realisieren – sowohl im Hinblick auf den Verbraucher als auch die Handelskunden. Dabei bietet Leifheit stets eine überzeugende Produktqualität. Eine schlanke und flexible Wertschöpfungskette hilft dabei, diese sicherzustellen. Die Basis des Erfolges

bleiben weiterhin die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ihr Engagement, jeden Tag Besonderes zu leisten.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Die auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtete Unternehmensstrategie leitet sich aus der Unternehmensphilosophie ab. Es wird nach ethischen und rechtlichen Grundsätzen der Unternehmensführung gearbeitet. Mitarbeitern in Europa und anderen Teilen der Welt, wird der Leifheit Code of Conduct zur Seite gestellt. Auch für Lieferanten hat das Unternehmen einen Social Code of Conduct entwickelt. Er achtet auf die Einhaltung von einheitlichen Arbeitsbedingungen auch im Ausland. Im Spannungsfeld sich verknappender Ressourcen, dem anhaltenden Klimawandel und einem verstärkten Kostendruck konzentriert sich Leifheit im Bereich Umwelt insbesondere auf drei Handlungsfelder:

- ressourcenschonender Umgang mit Fertigungsmaterial, Hilfs- und Betriebsstoffen,
- Einsparung von Energie und
- Minimierung des Schadstoffausstoßes.

Als Entwickler und Produzent von Haushaltsprodukten gehört Leifheit zu den Unternehmen, die auf die Nutzung fossiler Rohstoffe angewiesen sind. Entsprechend wird dem Recycling ein hoher Stellenwert beigemessen. In den Bestrebungen, die Abfallquote zu senken und in gleichem Zug die Recyclingquote zu steigern, nutzt das Unternehmen Kooperationen mit Behindertenwerkstätten in der Region, die die Zerlegung von retournierten Produkten unterstützen. So gewonnene Rohstoffe können zum Teil dem Verarbeitungsprozess wieder zugeführt werden. Leifheit blickt voller Zuversicht und bestens gerüstet den nächsten Jahrzehnten entgegen.

