

Generalversammlung

Berichterstattung der Unternehmung 1

LEDZ

für die Geschäftsjahre 10 - 15

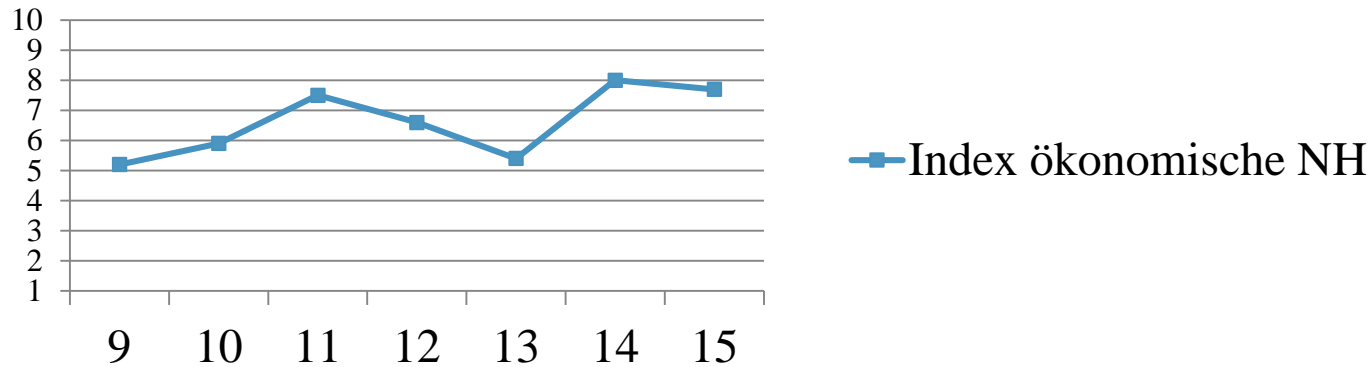
Die Optik der Gesamtleitung

Unsere Vision war es, Schuhe mit hoher Qualität herzustellen, die durch etwas spezielles herausstechen.

Grundstrategie	Konkrete Ziele
Kunden	Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis anbieten
Finanzen	Möglichst viel Umsatz machen
Prozesse	Nur das beste Material verwenden
Mitarbeitende	Sichere Arbeitsplätze bieten

Nachhaltigkeitscockpit - ökonomisch

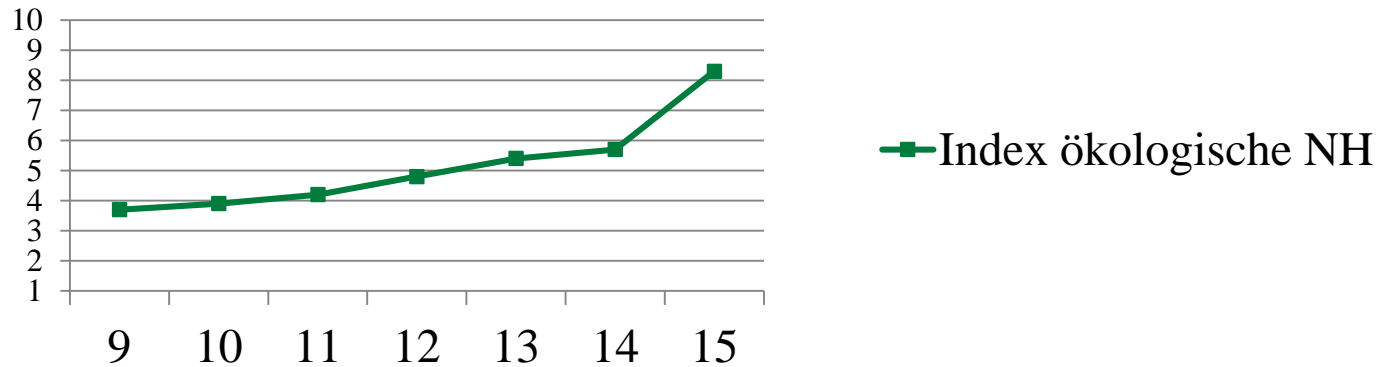
Abhängig von: Gesamtkapitalrentabilität ROI, Sicherheit (Eigenfinanzierungsgrad), Stetigkeit (Anzahl Gewinnjahre)



GJ 15	Rentabilität	Sicherheit	Gewinnjahre
Effektiv	17.8	62.5	6
Ziel GJ 15	13	60	7
erreicht	Ja	Ja	Nein

Nachhaltigkeitscockpit - ökologisch

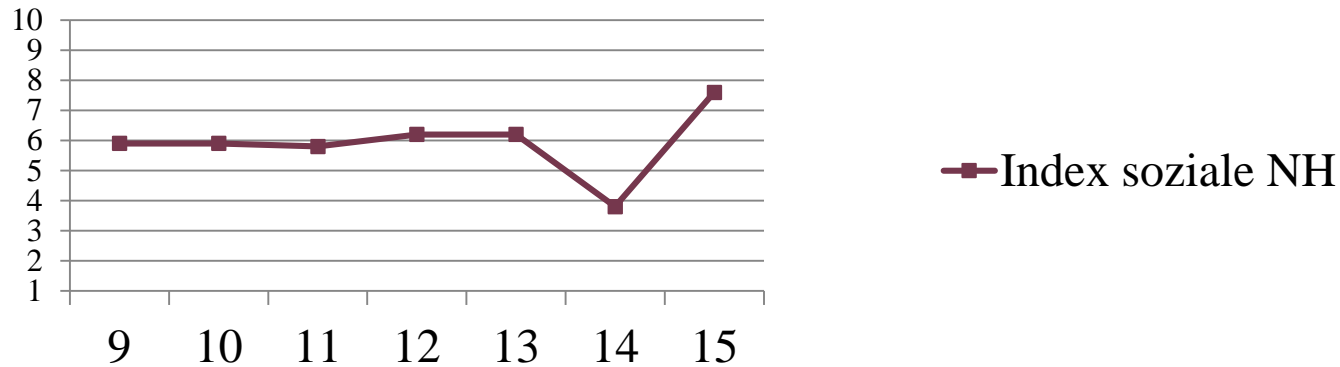
Abhängig von: Investitionen in ökologische Produktionsverfahren,
Ökologie-Stufe Material



GJ 15	Inv. ökol. PV	Öko-Stufe Mat.
Effektiv	1000	1
Ziel GJ 15	500	2
erreicht	Ja	Ja

Nachhaltigkeitscockpit - sozial

Abhängig von: Arbeitgeberattraktivität (Durchschnittslohn),
Arbeitsplatzsicherheit (Entlassungen), Gesellschaftliche Aufwendungen



GJ 15	Attraktivität	Sicherheit	Sponsoring
Effektiv	98.3	0	200
Ziel GJ 15	93.0	0	50
erreicht	Ja	Ja	Ja

Die Optik der Leitung Finanzen

Zentrale Aussagen, Ziele

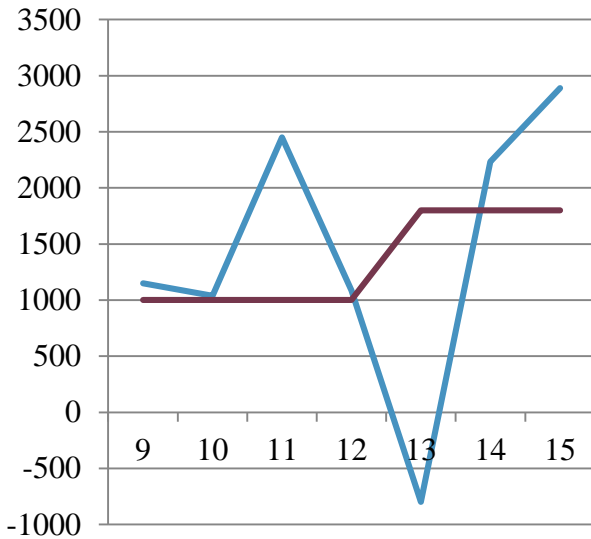
- Möglichst viel Umsatz

- Positiver Cash Flow

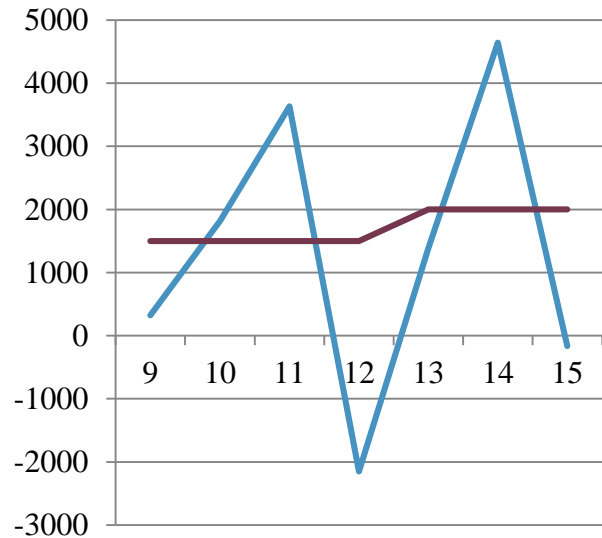
- Viel Reingewinn

Finanzen - Managementcockpit

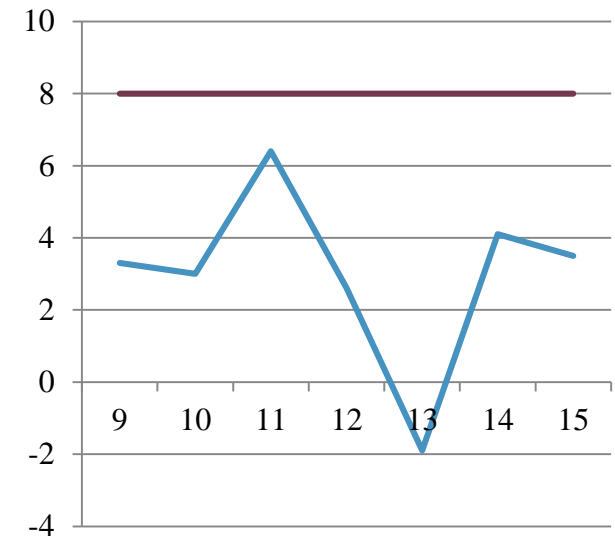
Reingewinn



operativer Cashflow



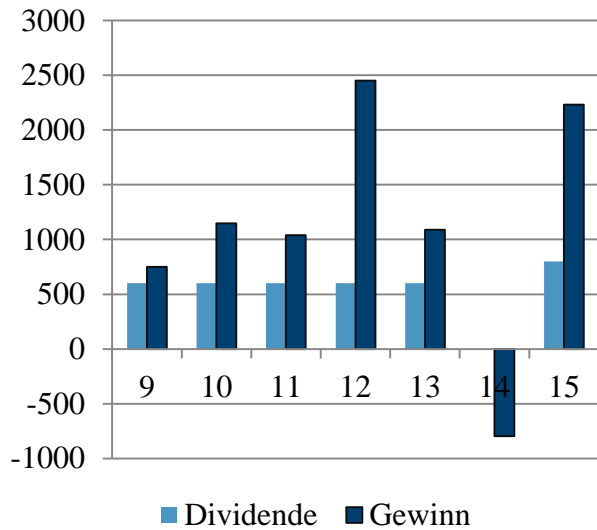
Umsatzrentabilität



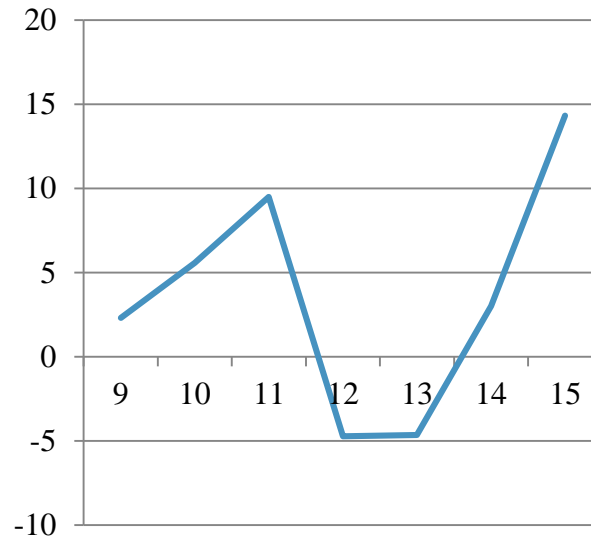
— Effektives Ergebnis
— Zielgrösse

Finanzen – Aktionärs-Informationen

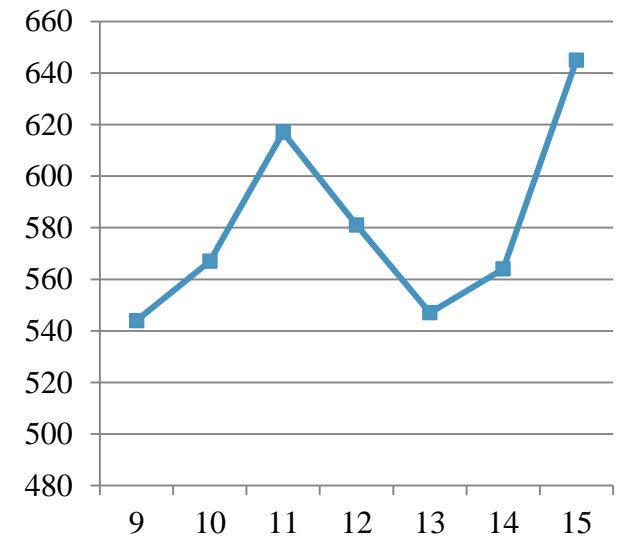
Dividende



Gesamtrendite eigene Aktien



Börsenkurs



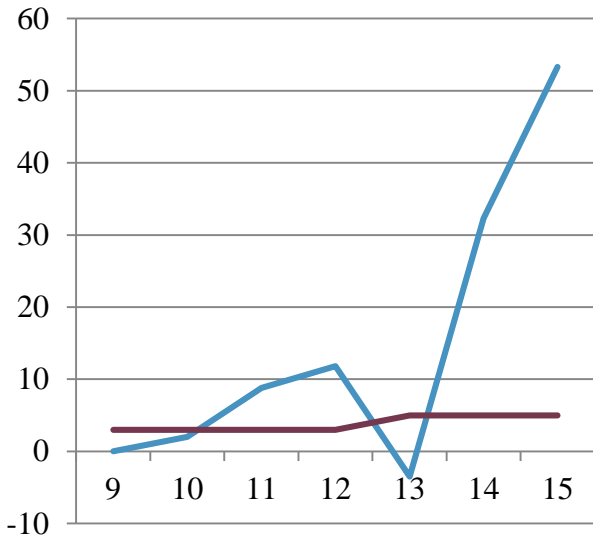
Die Optik der Leitung Kunden

Zentrale Aussagen, Ziele

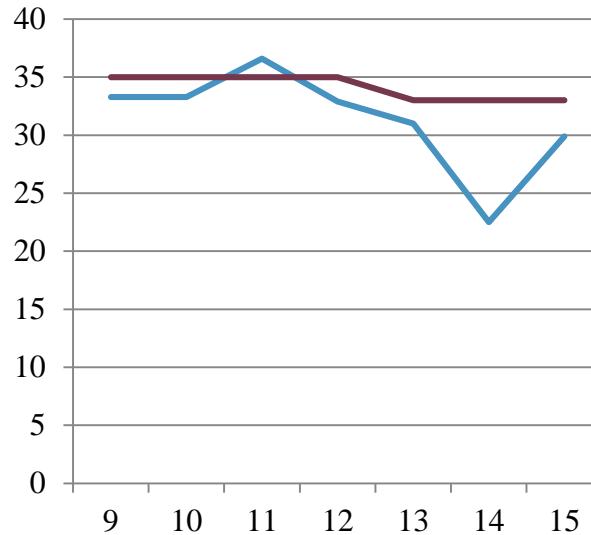
- zwischen Mid-Range und Differenzierung
- Durch hohe Qualität -> mehr Kunden
- Leuchtende Schuhe -> Differenzierung

Kunden - Managementcockpit

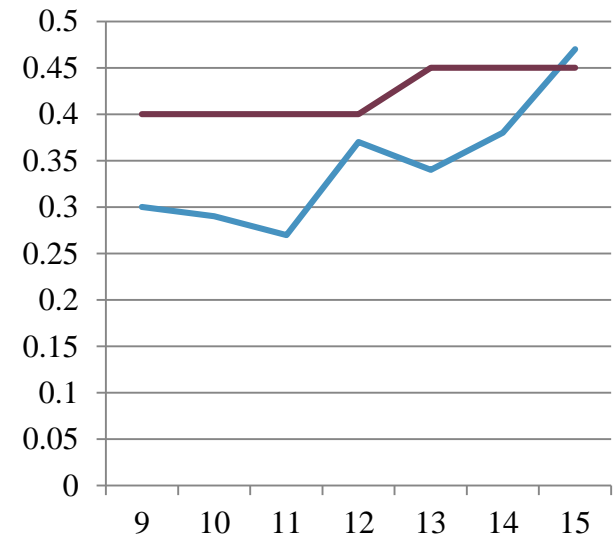
Umsatzwachstum I&A



Marktanteil in % I&A



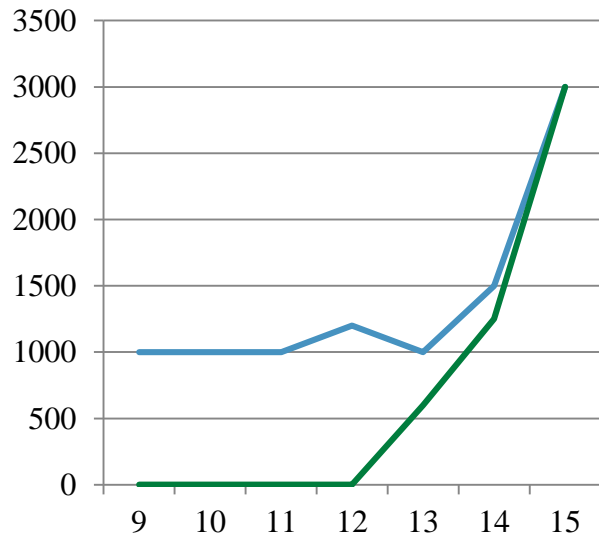
Preis-/Leistung I



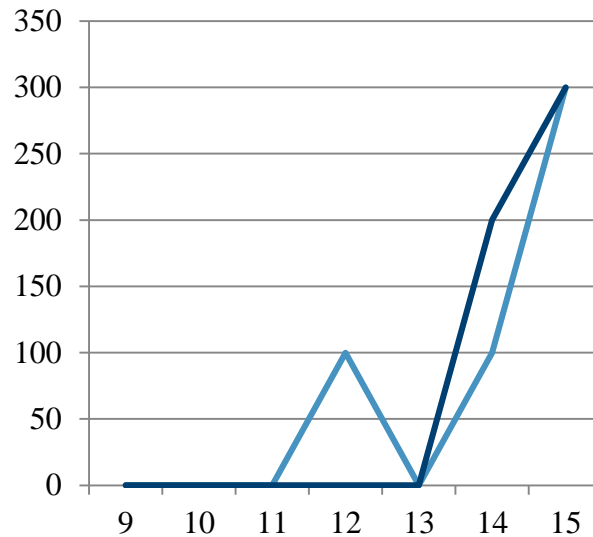
— Effektives Ergebnis
— Zielgrösse

Kunden - Markt-Informationen

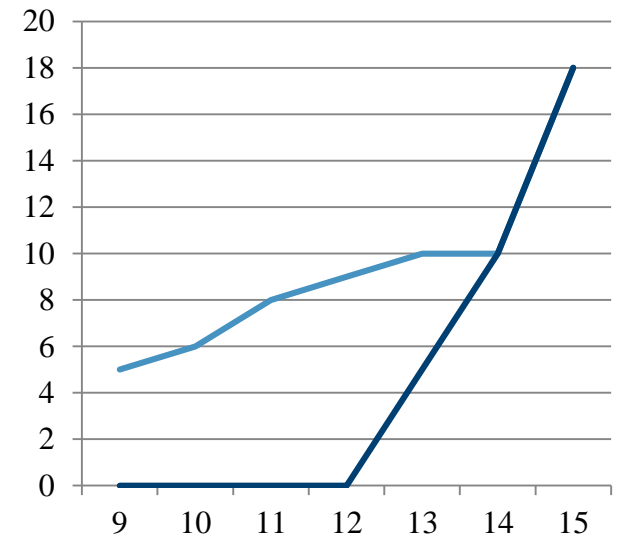
Werbung I&A



Investitionen Online I&A



Vertreter I&A



— Inland
— Ausland

Kunden - Werbemassnahmen

- Mittel: Social-Media, Flyer und Plakat in der ganzen Schweiz
- Werbefilm in der Schweiz und in den Grenzländer
- beide laufen vom Dezember 2016 bis März 2017

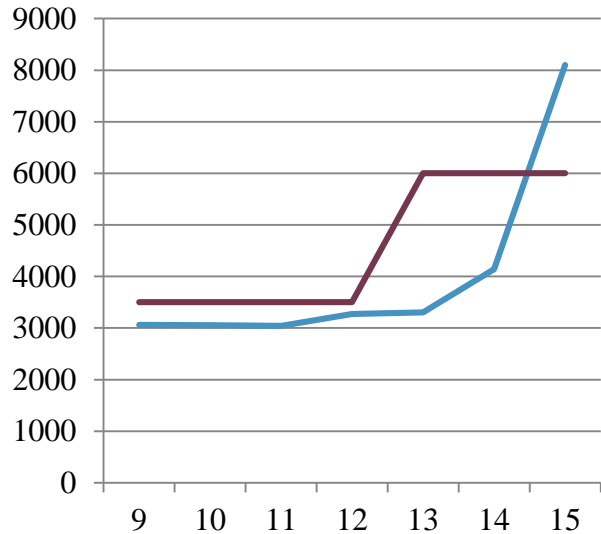
Die Optik der Leitung Prozesse

Zentrale Aussagen, Ziele

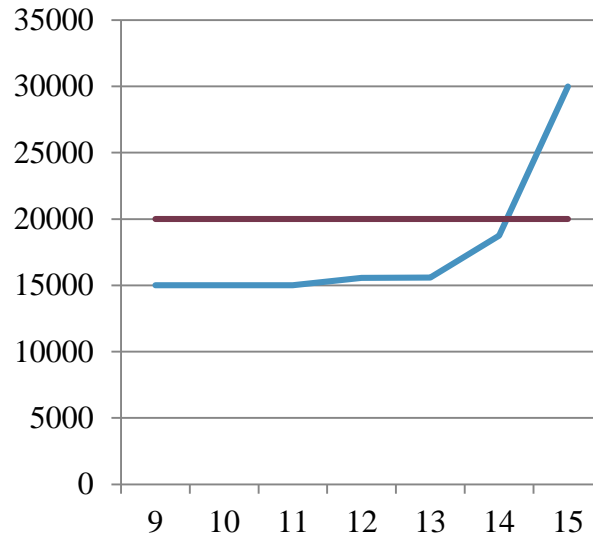
- Ziele sind, geeignetes Mass für Produktion finden
- Maschinen möglichst auf dem neuesten Stand halten

Prozesse - Managementcockpit

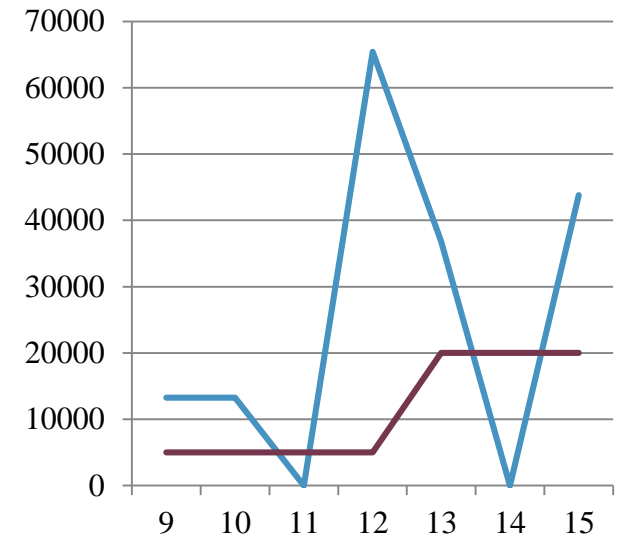
Max. Prod. Kapazität



Techno-Stand Masch.



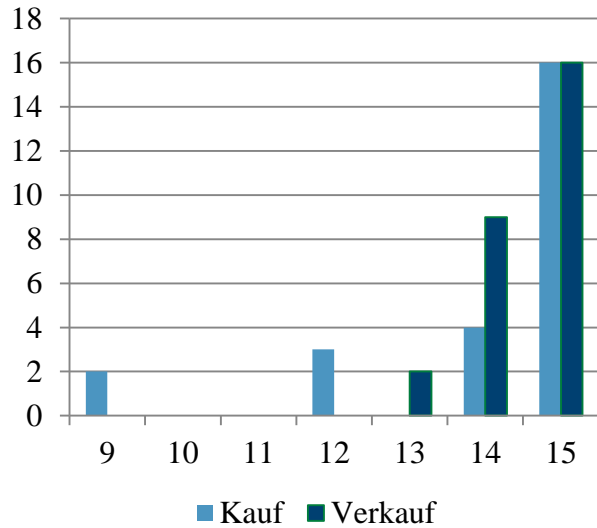
Lagerendbestand



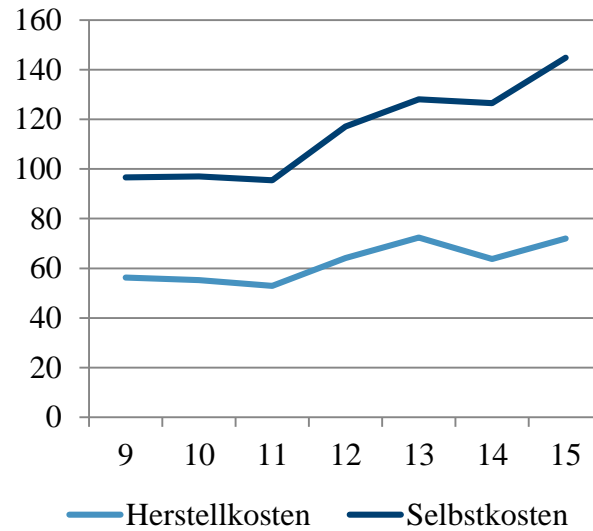
— Effektives Ergebnis
— Zielgrösse

Prozesse - Anlagen

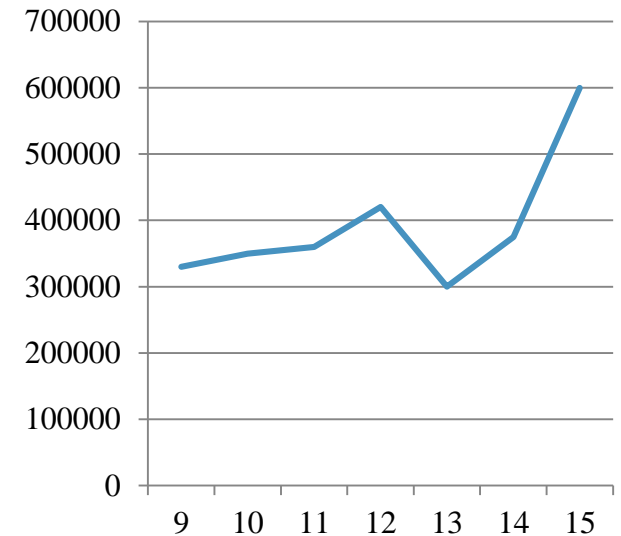
Maschinen



Herstellkosten Selbstkosten/Stk.



Produktionsmenge



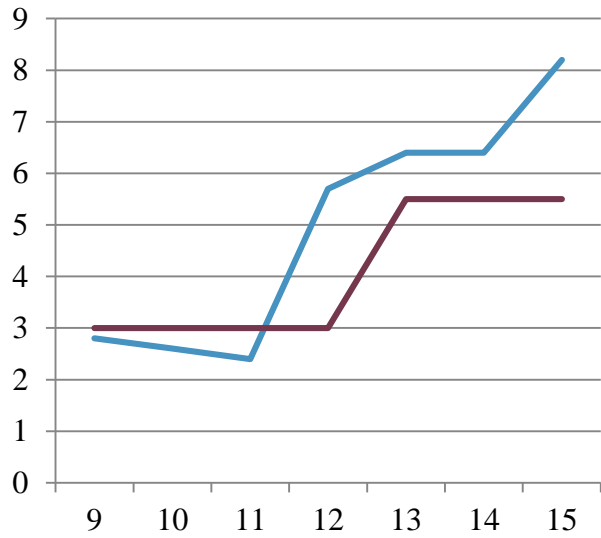
Die Optik der Leitung Mitarbeitende

Zentrale Aussagen, Ziele

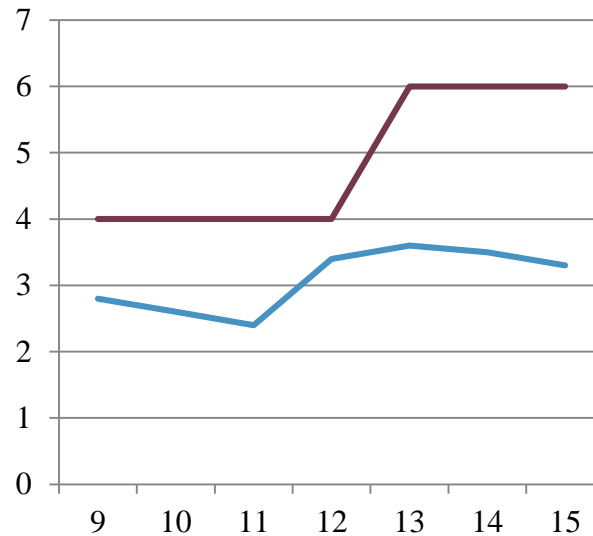
- Gute Ausbildung
- Familiengerechte Arbeitszeiten
- Faire Löhne
- Eine tiefe Entlassungsquote

Mitarbeitende - Managementcockpit

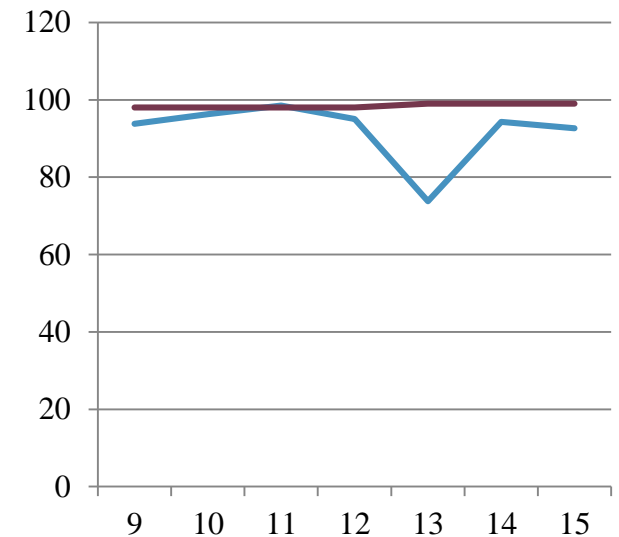
Ausbildungsstand Prod.



Ausbildungsstand Vertreter



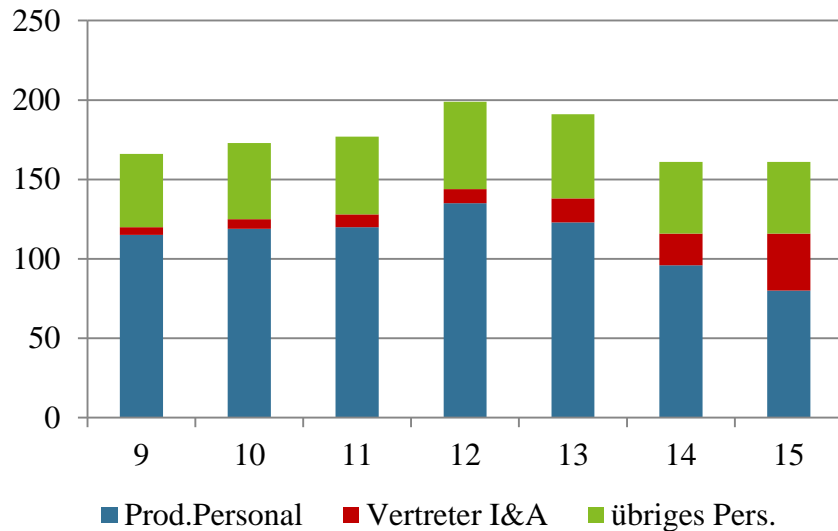
Auslastung Prod.



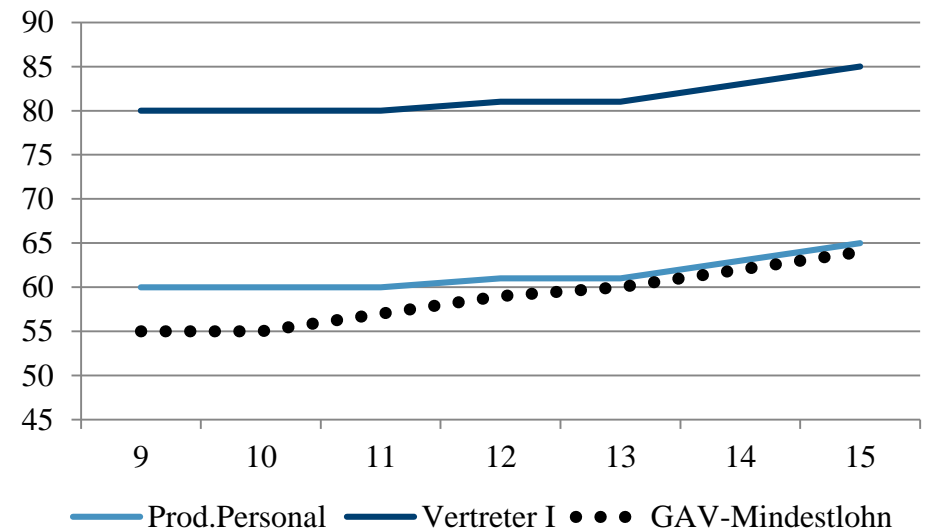
— Effektives Ergebnis
— Zielgrösse

Mitarbeitende – Bestand und Lohn

Personalbestand



Brutto-Lohnentwicklung



Die Optik der Gesamtleitung

Der Blick in die Zukunft

Zukünftige Schwerpunkte	Konkrete Ziele
- Qualität	- Qualitätsindex auf 90 erhöhen
- Ökologie	- Investitionen in ökologische Produktion verdoppeln
- Preis-Leistungsverhältnis	- Preis-Leistungsverhältnis auf 0.6 steigern
- Sichere Arbeitsplätze	- Ausbildungsgrad der Vertreter auf 6.0 steigern

Zeit für Fragen

**Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**