

HERZLICH WILLKOMMEN  
BEI DER  
LUDWIG BECK AG

Analystenkonferenz  
20. März 2014

LUDWIG BECK

*seit 1861*



1

# LUDWIG BECK

RAHMENBEDINGUNGEN

STANDORTE

KAUFHAUS DER SINNE

HIGHLIGHTS

# RAHMENBEDINGUNGEN 2013

---

## WELTWIRTSCHAFT 2013 ZEIGT MODERATES WACHSTUM.

- Weltwirtschaft verzeichnet moderate Entwicklung und legt um 2,1% zu (lt. Vereinte Nationen)
- Euro-Zone erfährt leichten Auftrieb dank Rekord-Niedrigzinsen und unbegrenzten Ankaufs von Staatsanleihen von Krisenstaaten
- Deutsche Wirtschaft verhalten mit leichtem Anstieg des BIP um 0,4% (laut Statistisches Bundesamt)
- Eine im ersten Teil des Jahres schwächelnde Weltwirtschaft und die nur langsam abflauende Rezession im Euroraum dürften hauptverantwortlich für die schleppende deutsche Konjunktur gewesen sein

# RAHMENBEDINGUNGEN 2013

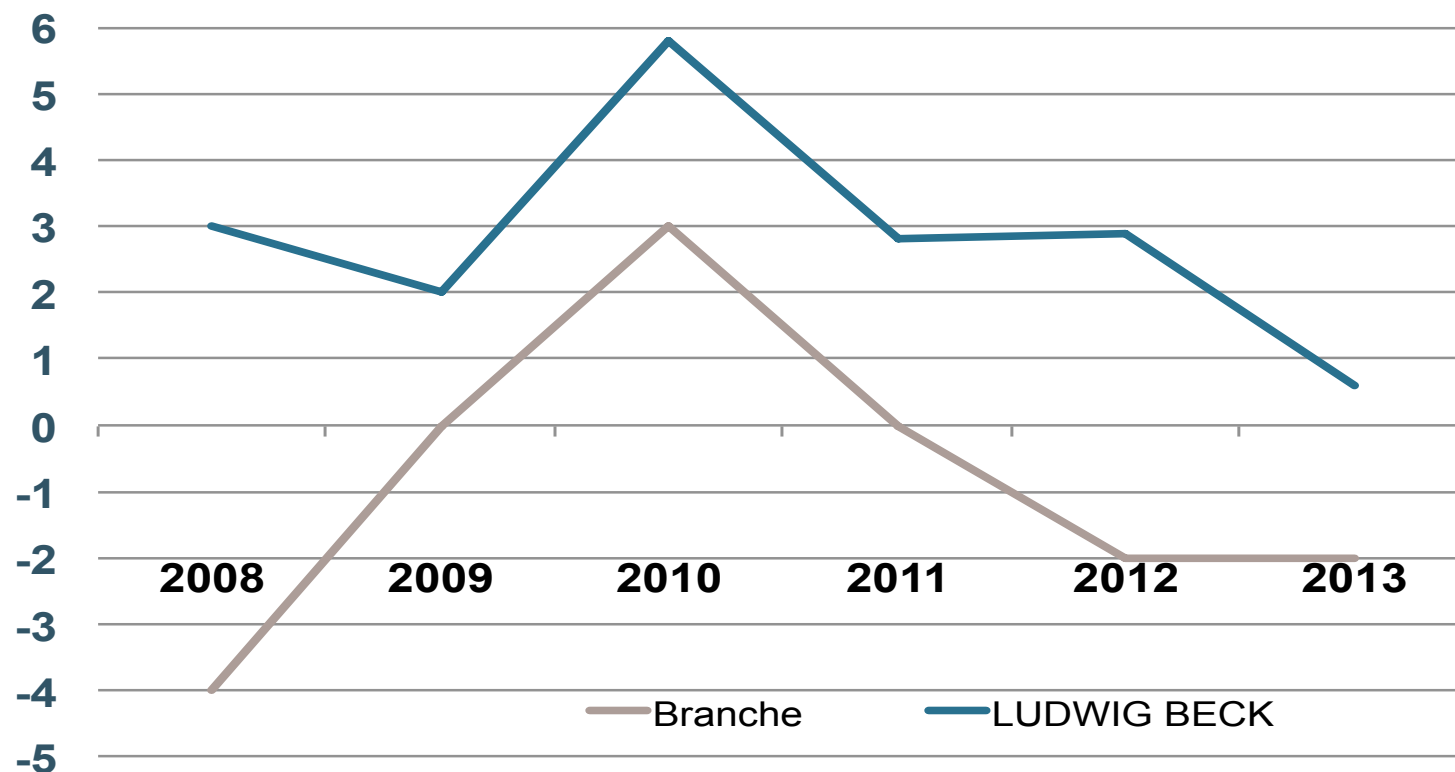
---

BRANCHE SCHLIEßT 2013 MIT EINEM MINUS VON 2% (lt. TW).

- Erneuter Umsatzrückgang in der Textilbranche mit Minus 2% (lt. TextilWirtschaft)
- Hauptgrund für die negative Entwicklung: schlechte Witterung
- Gestiegene Anschaffungsneigung der Deutschen kam im Modebereich nicht zum Tragen
- Weihnachtsgeschäft verlief zufriedenstellend, wenngleich nicht berauschend
- Online-Handel verzeichnet dagegen nach Schätzungen des GfK durchschnittliche Zuwächse von rund 5%
- Zukunftstrend Online-Shopping nicht mehr aufzuhalten

# RAHMENBEDINGUNGEN

## LUDWIG BECK VS. BRANCHENUMSÄTZE 2008–2013 IN %



- Filialbereinigte Umsätze (OEZ wurde Mitte 2012 veräußert).

# STANDORTE

---

## STATIONÄR

- LUDWIG BECK Kaufhaus der Sinne am Marienplatz
- LUDWIG BECK HAUTNAH in den FÜNF HÖFEN

## ONLINE

- [www.ludwigbeck.de](http://www.ludwigbeck.de) mit dem Beauty- und Kosmetiksortiment online

# LUDWIG BECK

---

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN





# Mission

*Statement*

ES GIBT KAUFHÄUSER, MODEHÄUSER, KONSUMTEMPEL UND ES GIBT LUDWIG BECK. WIR SETZEN UNS MIT GANZER LEIDENSCHAFT DAFÜR EIN, BEI UNSEREN KUNDEN, GESCHÄFTSPARTNERN, INVESTOREN UND MITARBEITERN GENAU SO GLAUBWÜRDIG, EINZIGARTIG UND BEGEHRENSWERT WAHGENOMMEN ZU WERDEN, WIE DIE EXKLUSIVEN MARKEN IN UNSEREM SORTIMENT. STIL HAT EIN ZUHAUSE. LUDWIG BECK.



# LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



*Do it*

*Yourself*

Die Wurzeln des Unternehmens - mit Deutschlands  
Grösstem Handarbeits-Sortiment knüpft die neu  
eröffnete Abteilung Kurzwaren & Wolle

# LUDWIG BECK

## STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



# LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



*Endless*  
Summer

DELLINGENE INSZENIERUNG, DAS SOMMERSCHAUFENSTER ÜBERRASCHE  
MIT BLATTWERK UND ZARTEN GRÜNTÖNEN – WIE HIER AUS DER ABTEILUNG  
MODERN WOMAN.

# LUDWIG BECK

## STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



# LUDWIG BECK

## STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



# KAUFHAUS DER SINNE

---

## STILIKONE – ZWISCHEN TRADITION UND MODERNE

- Gegründet 1861
- Traditionshaus mit unvergleichlichem Ambiente.
- Kundenorientierter Service eines kompetenten Fachgeschäfts.
- Hochwertiger Produkt- und Markenmix.
- Einzigartige Einkaufserlebnisse dank unvergesslicher Events.



# KAUFHAUS DER SINNE

---

## STILIKONE – ZWISCHEN TRADITION UND MODERNE

- Befindet sich direkt am Münchner Marienplatz
- Mehr als 20.000 Passanten (stündlich) aus einem Einzugsgebiet mit 2,7 Millionen Menschen sowie rund 6 Millionen Touristen pro Jahr
- Erwirtschaftet etwa 97% des Konzernumsatzes
- 30% des Gesamtumsatzes mit in- und ausländischen Touristen
- 500 Mitarbeiter auf sieben Etagen mit 11.500 qm Verkaufsfläche
- Zielgruppe: weiblich, im Kern zwischen 29-59 Jahren, Besserverdiener mit Markenaffinität sowie ausgeprägter urbaner Lifestyle-Philosophie

# KAUFHAUS DER SINNE

---

## STRATEGIE – MIT TRADING UP BESTÄNDIG WACHSEN

- Premium-Gedanke ist Bestandteil der Firmenphilosophie
- Hochwertiger Mix aus internationalen und nationalen Marken- und Designernamen – teilweise exklusiv
- Stilbildende, unverwechselbare Inszenierung der aktuellsten Trends
- Neueröffnung der Abteilung Kurzwaren & Wolle auf vergrößerter Fläche



# KAUFHAUS DER SINNE

---

DIE NEUERÖFFNETE ABTEILUNG KURZWAREN & WOLLE ...



# KAUFHAUS DER SINNE

---

... WURDE ZUM „STORE OF THE YEAR“ 2013 NOMINIERT

- Neueröffnung im August 2013 in der Burgstraße 7
- Innovativstes und größtes Sortiment für Handarbeiten in Deutschland auf 210 qm
- Verkauf von 620.000 Teilen jährlich dank 20 geschulter Mitarbeiter



# KAUFHAUS DER SINNE

---

## WEITERE HIGHLIGHTS 2013 – ONLINESHOP LUDWIGBECK.DE

- Aufbau des Onlineshops ludwigbeck.de als Pendant zum stationären Geschäft
- Fast 9.000 Produkte und mehr als 90 Marken aus der Luxus- und Nischenkosmetik unter [www.ludwigbeck.de](http://www.ludwigbeck.de)
- Onlineshop seit März 2013 im “Responsive Webdesign” mit maximaler Flexibilität der Seite, die sich an alle mobilen Endgeräte automatisch anpasst
- Portal gewinnt „Shop Usability Award“ 2013, der als E-Commerce-Oscar gilt



Beauty  
Onlineshop



LAMER



The Rejuvenating Essentials  
LA MER

Flüssigkeit  
ab 325,00 € (UVP-Preis)

> Größe wählen und kaufen

- antioxydant
- ausgleichend
- empfindliche Haut
- feuchtigkeitsspendend
- Mischhaut
- parabenfrei
- regenerierend
- reife Haut
- reparierend
- revitalisierend
- straffend
- trockene Haut

zoom

> Artikel empfehlen > Artikel auf Merkzettel

Substitutions

The Rejuvenating Essentials, ein Set aus perfekt aufeinander abgestimmten Produkten in handlicher Reisegröße, die die Haut sofort offen, festigen und verjüngen - Ideal für La Mer Fans und solche, die das erste Mal die Kultprodukte erleben möchten. Bei regelmäßiger Anwendung werden feine Linien, Falten und Poren sichtbar reduziert. Das Set enthält: Crème de la Mer (30ml), The Regenerating Serum (10ml), The Eye Concentrate (5ml) The Cleansing Lotion (100ml), The Tonic (100ml)

TOP PRODUKTE DER WOCHE



# KAUFHAUS DER SINNE

---

## WEITERE HIGHLIGHTS 2013

- Auch in diesem Jahr sind viele internationale Stars live bei LUDWIG BECK zu Gast gewesen, u.a. Kent Nagano, Anne-Sophie Mutter, Jonas Kaufmann, Albrecht Meyer und The Harlem Gospel Singers
- Seit 40 Jahren ist der Weihnachtskartenstand von UNICEF eine feste Institution im „Kaufhaus der Sinne“. Nina Ruge eröffnet den Stand
- Kooperation mit der weltweit bekannten Illustratorin Kera Till für die Weihnachtskampagne.  
Das kreative Motto: „Coming Home for Christmas“
- Das Weihnachtsmagazin (Auflage: 291.000 Stück) zeigt 60 ausgewählte Geschenkideen, die exklusiv nur bei LUDWIG BECK erhältlich sind

# WEIHNACHTSKAMPAGNE





# 2

## KENNZAHLEN

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

UMSATZENTWICKLUNG

BETRIEBSERGEBNIS

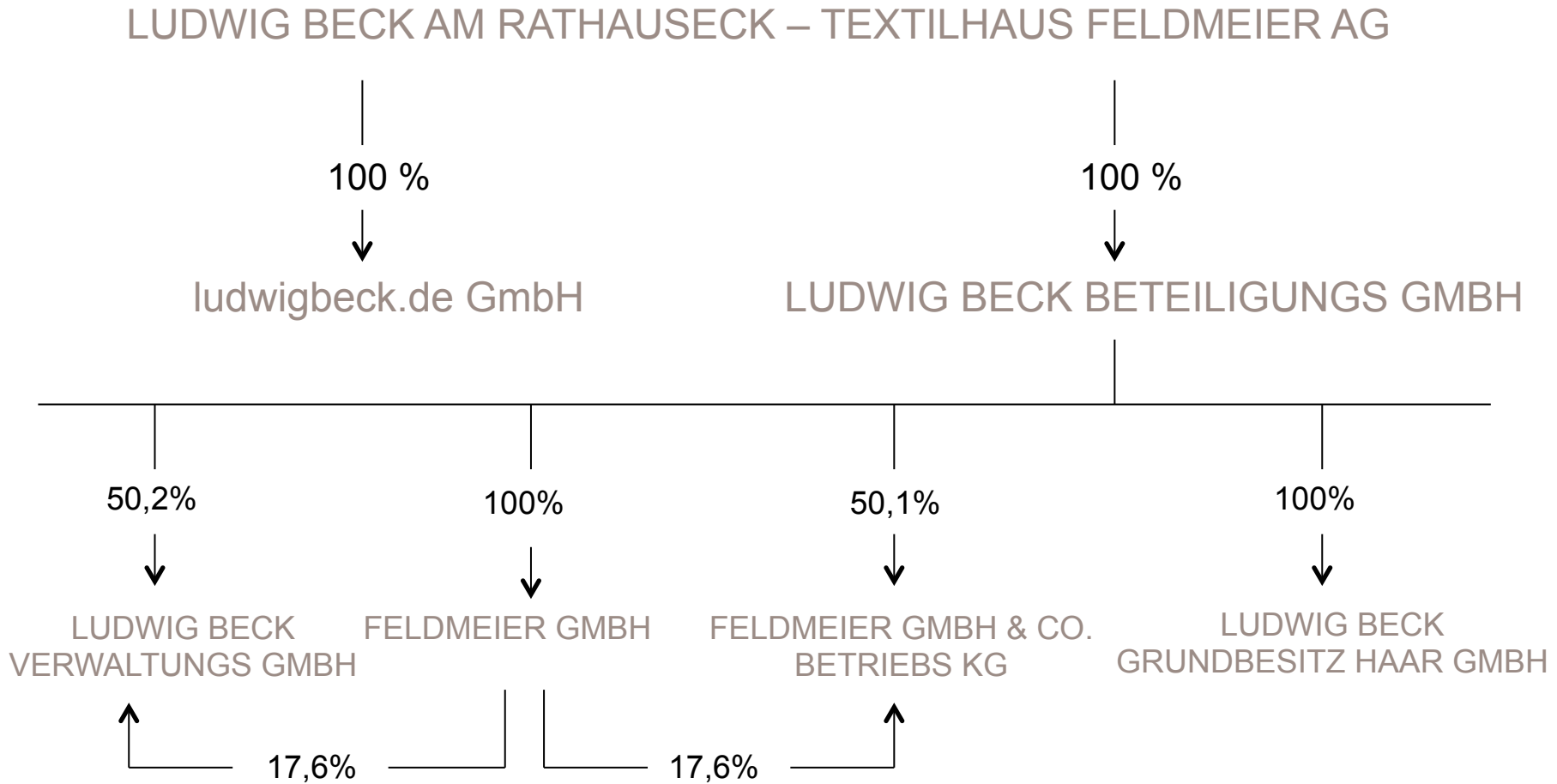
KOSTENSTRUKTUR

KONZERNERGEBNIS

GEWINNVERTEILUNG

KONZERNBILANZ

# UNTERNEHMENSSTRUKTUR

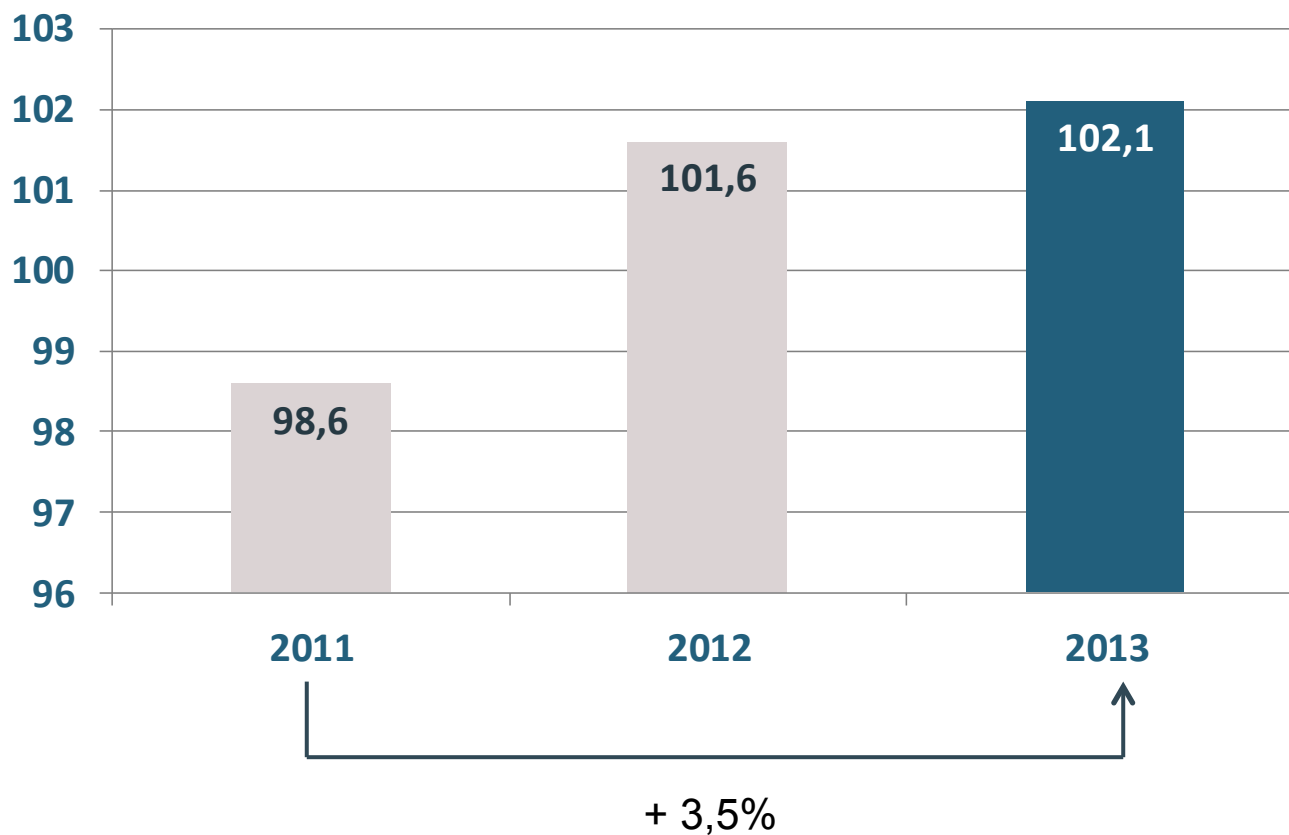




# UMSATZENTWICKLUNG

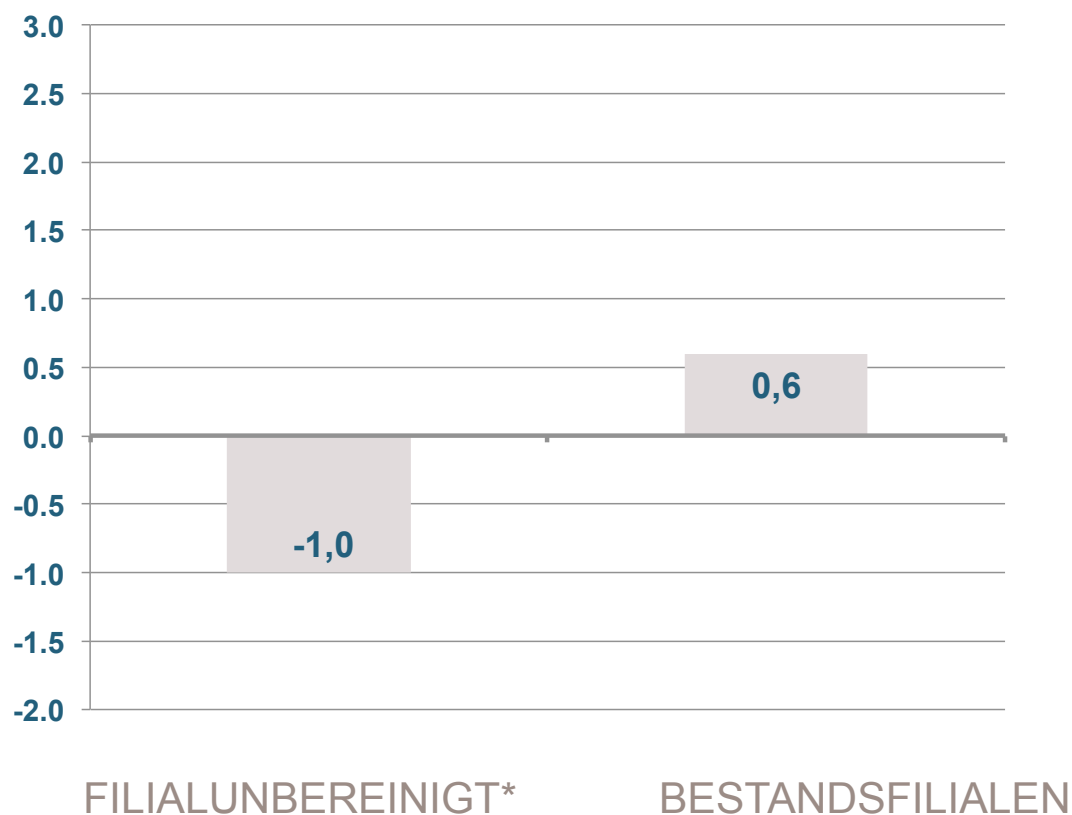
BRUTTO IN MIO. €

(BESTANDSFILIALEN = MARIENPLATZ, 5 HÖFE UND E-COMMERCE)



# UMSATZENTWICKLUNG

BRUTTO IN % (IM VERGLEICH ZUM VORJAHR)

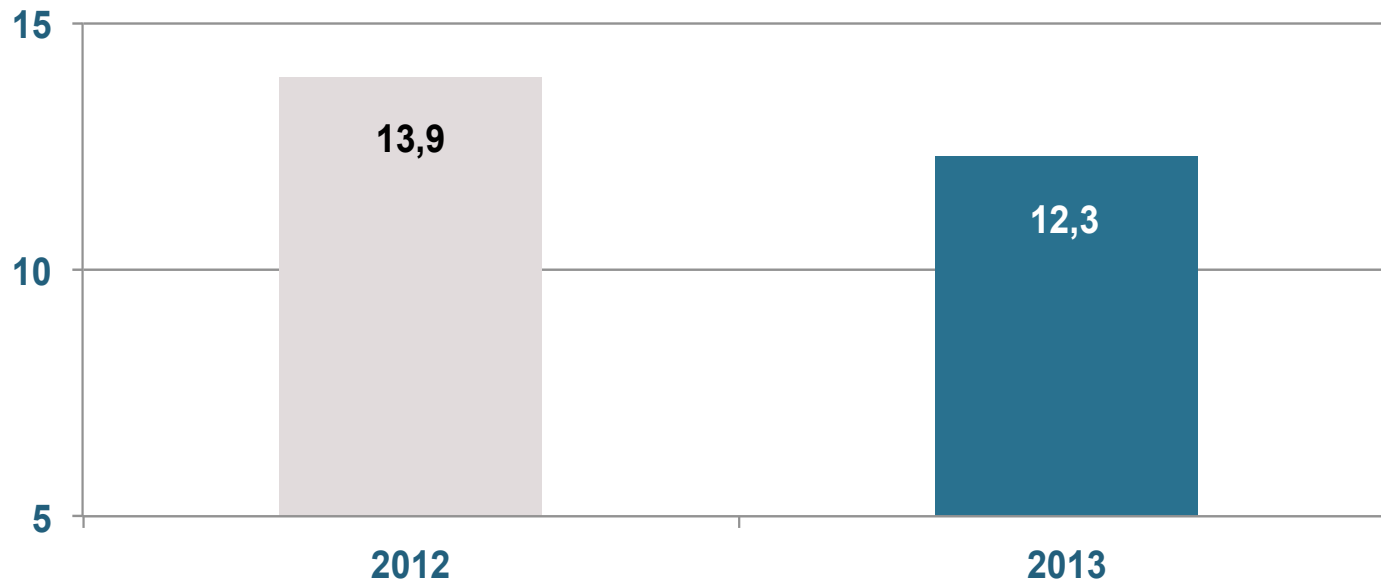


\* In 2012 wurde die Filiale OEZ veräußert

# BETRIEBSERGEBNIS

---

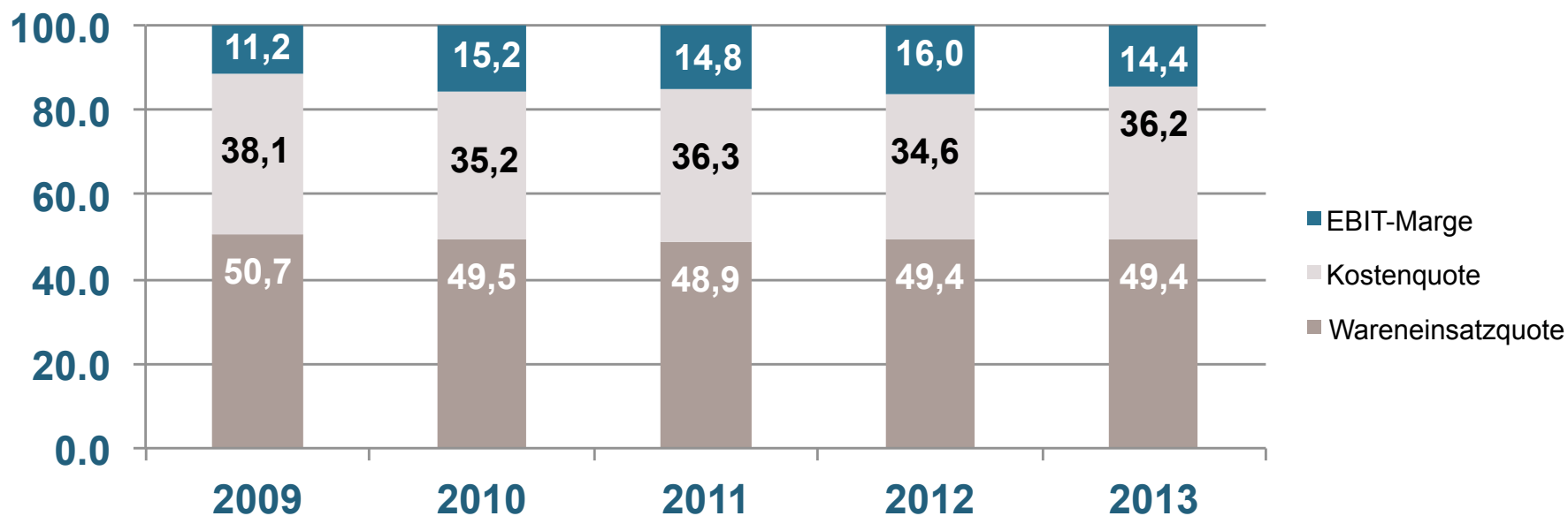
EBIT IN MIO. €



- Die EBIT-Marge 2013 beträgt 14,4% vom Umsatz!

# KOSTENSTRUKTUR

IN % DES NETTOUMSATZES



- EBIT-Marge konstant zweistellig in den letzten Jahren

# KONZERNERGEBNIS

---

IN MIO. €	2013	2012	VERÄNDERUNG
EBIT	12,3	13,9	-11,0%
Finanzergebnis	-1,5	-1,8	-15,2%
EBT	10,8	12,1	-10,4%

# KONZERNERGEBNIS

IN MIO. €	2013	2012	VERÄNDERUNG
EBT	10,8	12,1	-10,4%
Ertragssteuern	3,4	3,5	-2,3%
Konzernjahresüberschuss	7,4	8,6	- 13,7 %

# GEWINNVERTEILUNG

LUDWIG BECK AG	IN T€
Jahresüberschuss	5.812
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	2.906
Bilanzgewinn (LUDWIG BECK AG)	2.906
Dividende: 0,50 € je Stückaktie	1.848
Zuführung zu den anderen Gewinnrücklagen	1.058

# DIVIDENDENENTWICKLUNG

AKTIONÄRE WERDEN AM ERFOLG UNMITTELBAR BETEILIGT

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG	2013	2012	2011
Dividende je Aktie in €	0,50	0,50	0,35 *0,10
Dividendenrendite in %	1,7	1,7	2,3
Ausschüttungssumme in Mio. €	1,8	1,8	1,7

- Vorstand und Aufsichtsrat werden auf der Hauptversammlung am 8. Mai 2014 die Zahlung einer Dividende je Aktie in Höhe von 0,50 € vorschlagen

\* 0,10 € Sonderdividende anlässlich des 150. Firmenjubiläums



# KONZERNBILANZ

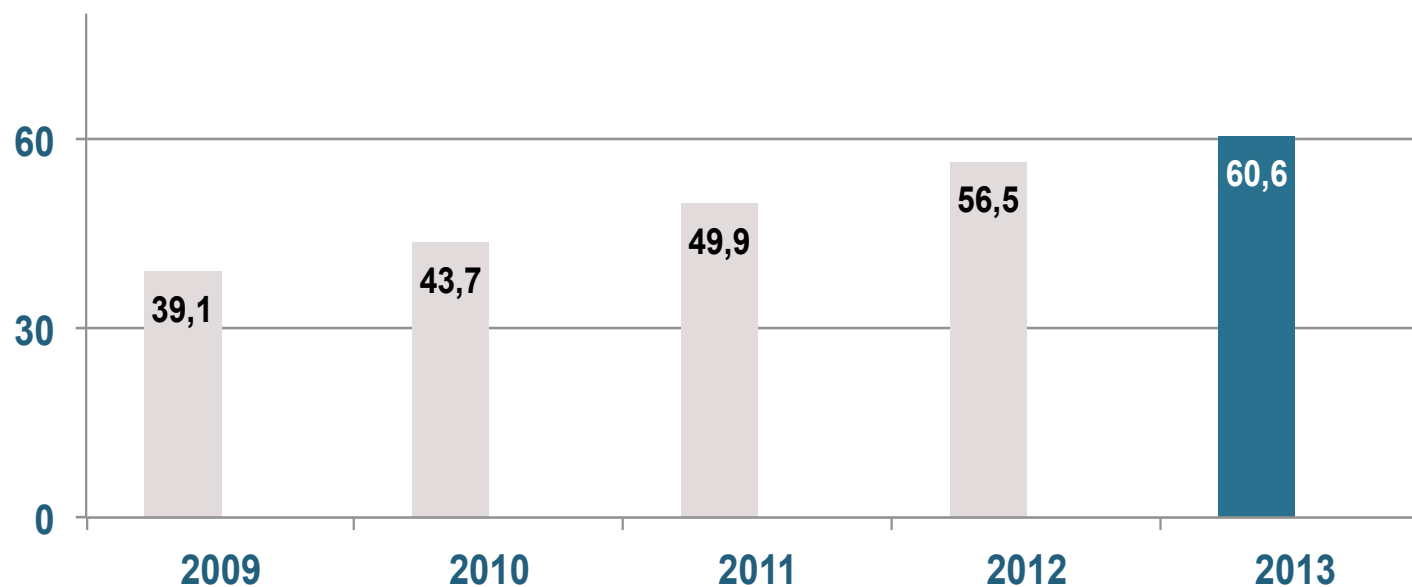
IN MIO. €

AKTIVA	31.12. 2013	31.12. 2012	PASSIVA	31.12. 2013	31.12. 2012
Langfristige Vermögenswerte	92,2	91,8	Eigenkapital	64,4	59,7
Kurzfristige Vermögenswerte	14,1	13,8	Langfristige Verbindlichkeiten	26,6	33,0
<b>Summe</b>	<b>106,3</b>	<b>105,6</b>	Kurzfristige Verbindlichkeiten	15,3	12,9
			<b>Summe</b>	<b>106,3</b>	<b>105,6</b>

- Die Immobilie Marienplatz prägt mit 70,9 Mio. € die Bilanz

# KONZERNBILANZ

## ENTWICKLUNG DER EIGENKAPITALQUOTE IN %



- Die Eigenkapitalquote steigt weiter um ca. 4%-Punkte auf 60,6% an



# 3

## AKTIE

AKTIENSTAMMDATEN

AKTIENKURSENTWICKLUNG

AKTIONÄRSSTRUKTUR

DIVIDENDENENTWICKLUNG

# AKTIENSTAMMDATEN

ISIN	DE0005199905
WKN	519990
Börsenkürzel	ECK
Branche	Einzelhandel
Zulassungssegment	Prime Standard
Anzahl der Aktien	3.695.000
Marktkapitalisierung (31. Dez. 2013)	106,97 Mio. €
Handelsplätze	Frankfurt/M., Stuttgart, München, Düsseldorf, Berlin/Bremen, Hamburg, XETRA
Jahresendkurs	29,50 €
Höchstkurs	32,00 €
Tiefstkurs	25,52 €
Designated Sponsor	VISCARDI AG (bis 31.12.2013) Lang & Schwarz (ab. 01.01.2014)

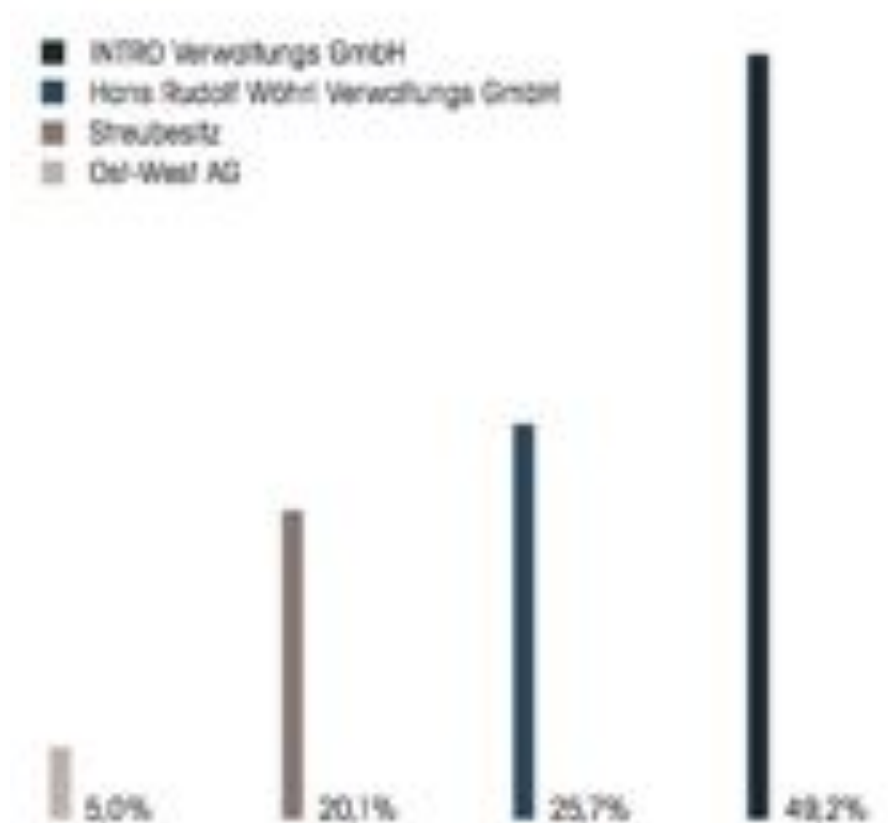
# AKTIENKURSENTWICKLUNG



- Die LUDWIG BECK Aktie entwickelte sich 2013 relativ neutral und schloss im im XETRA-Handel mit einem leichten Plus bei einem Jahresendkurs von 29,50 € (Schlusskurs 2012: 28,95 €)
- DAX verzeichnete hohe Gewinne mit einem Plus von 25%

# AKTIONÄRSSTRUKTUR

LUDWIG BECK AG HAT DERZEIT CA. 2.200 AKTIONÄRE.





# 4

## AUSBLICK

AUSBLICK 2014

# AUSBLICK 2014

---

## AUFSCHWUNG GEHT IN GEDÄMPFTEM TEMPO WEITER

- Zeichen stehen auf weltweiten Aufschwung: Zunahme der globalen Wirtschaftsleistung um 3% (laut UNO Weltwirtschaftsbericht)
- Westeuropa soll laut UNO-Experten um 1,5% wachsen
- Deutschland nimmt wieder Fahrt auf. Wachstum soll laut UNO bei 1,9% liegen
- Vorhersagen für den privaten Konsum ebenfalls erfreulich. Durchschnittliche Kaufkraft der Deutschen soll laut GfK pro Kopf um 586 Euro bzw. 2,85% steigen (lediglich um +1,1% inflationsbedingt)
- LUDWIG BECK mit positiven Erwartungen für 2014



# AUSBLICK 2014

---

## POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

- Die Attraktivität von LUDWIG BECK ist ungebrochen (Kundenbefragung Nov. 2013)
  - 96% Bekanntheitsgrad (in München und Umgebung)
  - 90% große Auswahl
  - 83% gute Atmosphäre
  - 92% der Kundinnen geben hinsichtlich der Gesamtzufriedenheit LUDWIG BECK die Note 1 oder 2
  - **die Basis für weiteres Wachstum ist stabil**

# AUSBLICK 2014

---

## POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

- Ausländische Touristen lieben LUDWIG BECK

Umsatzanteil	2013	2012
Russland	5,5%	4,4%
Golfstaaten	3,1%	2,2%
<hr/>		
Gesamt	8,6%	6,6%

→ weiteres Wachstum in 2014 erwartet

# AUSBLICK 2014

---

## POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

- Verkaufs-Flächenerweiterung im Stammhaus Marienplatz

2013	11.500 qm
2014 (e)	12.100 qm

→ Erweiterung um 5%

- Umsatz ludwigbeck.de GmbH (beauty online) soll sich in 2014 mehr als verdoppeln
- Break-even bereits in 2016 geplant !

# AUSBLICK 2014

---

## ZIELE IM LUDWIG BECK KONZERN:

- Konsolidierung und Festigung des hohen Ertragsniveaus
- Weiterer Ausbau des Online-Geschäfts
- Filialbereinigte Umsatzsteigerung auf Konzernebene im mittleren einstelligen Prozentbereich sowie Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres
- LUDWIG BECK baut in 2014 die Basis für die erfolgreiche Zukunft aus
- Zweistelliges Umsatzwachstum von 2013 – 2015 erwartet (z.Vgl. 2011 – 2013: + 3,5%)

→ LUDWIG BECK fährt die Drehzahl des Umsatzmotors hoch

# HERZLICHEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Ihr LUDWIG BECK Vorstand

LUDWIG BECK

*seit 1861*