

HERZLICH WILLKOMMEN BEI DER LUDWIG BECK AG

Bilanzpressekonferenz
14. März 2013

LUDWIG BECK

seit 1861



INHALT

LUDWIG BECK
KENNZAHLEN
AKTIE
AUSBLICK

LUDWIG BECK

seit 1861



LUDWIG BECK

RAHMENBEDINGUNGEN

STANDORTE

STILIKONE

HIGHLIGHTS

LUDWIG BECK

seit 1861

RAHMENBEDINGUNGEN

WELTWIRTSCHAFT 2012 WEITERHIN SCHWACH.

- Weltwirtschaft verliert generell an Dynamik mit Wachstum des globalen BIP um 3,2% (lt. IfW).
- Euro-Zone in der Rezession mit Rückgang des BIP des EU-Raums um 0,5% (lt. EU-Kommission).
- Deutschland als Insel des Wachstums mit Wachstum des BIP um 0,7% (lt. Statistisches Bundesamt).

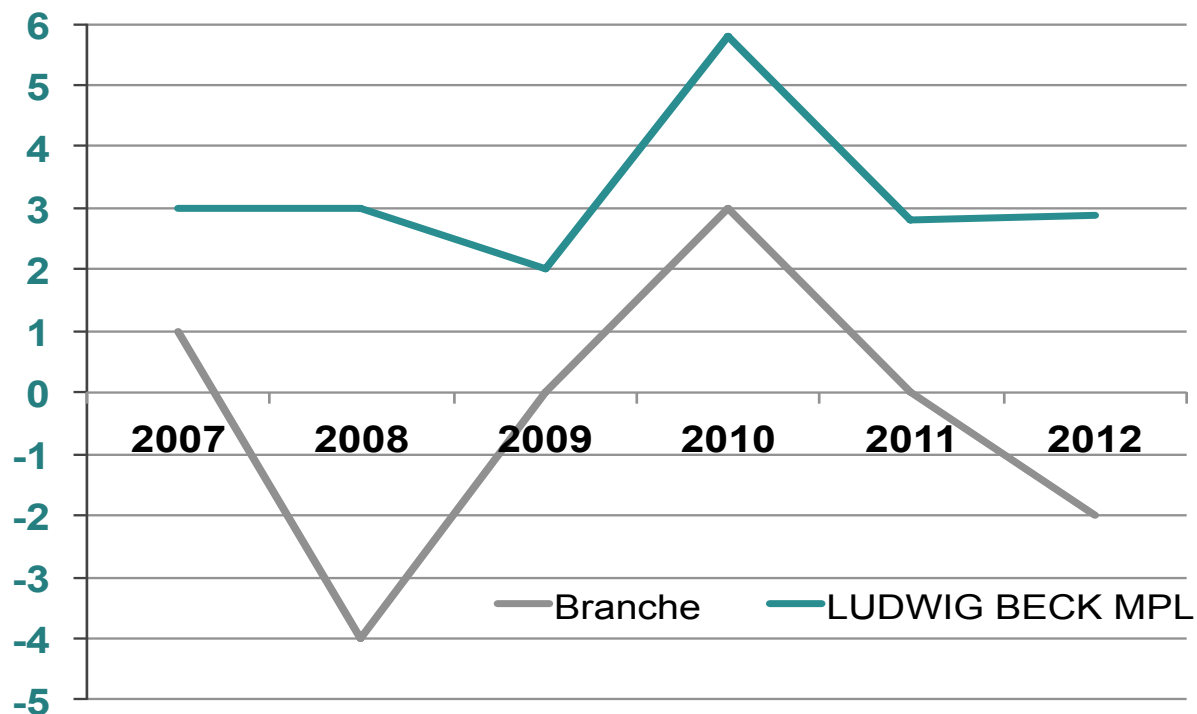
RAHMENBEDINGUNGEN

BRANCHE SCHLIEßT 2012 MIT EINEM MINUS VON 2% (lt. TW).

- Das gute Konsumklima in Deutschland wirkte sich nicht auf den Modehandel aus.
- 60% der Händler schreiben rote Zahlen.
- Zweite Jahreshälfte besonders enttäuschend – sommerliche Temperaturen verderben Herbstgeschäft.
- Verunsicherung der Verbraucher durch die Eurokrise auch weiterhin bestehend.
- Frühe und starke Reduzierungen wirken sich negativ auf das Konsumverhalten aus. Dem Handel gelingt es nicht mehr, ein attraktives Shopping-Erlebnis zu bieten.

RAHMENBEDINGUNGEN

LUDWIG BECK VS. BRANCHENUMSÄTZE 2007–2012 IN %



- (Umsatz am Marienplatz incl. 5 HÖFE) + 2,9% z. VJ)

LUDWIG BECK

seit 1861

STANDORTE

STATIONÄR

- LUDWIG BECK „Kaufhaus der Sinne“
am Marienplatz
- LUDWIG BECK HAUTNAH
in den FÜNF HÖFEN
- ESPRIT
im OEZ München zum 30.6.2012 geschlossen

ONLINE

- LUDWIG BECK ist seit dem 4. Dezember 2012 unter
www.ludwigbeck.de mit dem Beauty- und Kosmetiksortiment online.

LUDWIG BECK

seit 1861

STILIKONE

„KAUFHAUS DER SINNE“ - AUFSCHWUNG DURCH AUFWERTUNG!

POWERFUL

Wegweisende Schaufensterkonzepte sind eine besondere Stärke von LUDWIG BECK. Unter dem Motto „The Power of Making“ entwickelte das Unternehmen gemeinsam mit dem Graffiti-Künstler Julian Vogel diese dekorativen Street Art-Motive für die Präsentation der Frühjahr/ Sommer-Mode 2012.





MISSIONSTATEMENT

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



ABBEY ROAD

ABBEYROAD

Die legendäre Abbey Road in London, Designerin Mary Quant und der Modeschöpfer André Courrèges lieferten die visuelle Inspiration für die Herbstschaukenster. Der Zebrastrreifen direkt vor den Abbey Road Studios, über den die vier Pilzköpfe spazieren, zierte das Plattencover des gleichnamigen Beatles-Albums. Diese berühmte Szene, hat in unserem Schaukenster ihre Reminiszenz erfahren. Eine Live-Übertragung der Abbey Road-Webcam stellte die Verbindung zur Modemetropole London her.



VORFREUDE

Das Winterschaufenster lockte mit verspielten Anklängen an die Unbeschwertheit der 50er Jahre. Das Konzept „Christmas Toys“ war geprägt von stilisierten Puppen und Hampelmännern statt allgegenwärtigen weißen Bärten – Diese nostalgische Interpretation von Weihnachten kam bei den Kunden sehr gut an.

STILIKONE

„KAUFHAUS DER SINNE“ - DIE ERTRAGSPERLE DES KONZERNS.

- Der Münchner Marienplatz ist Hauptanziehungspunkt der Stadt und gilt als exklusive Spitzenlage in Europa.
- Auf ca. 11.500 qm empfängt das Kaufhaus täglich bis zu 40.000 Besucher.
- LUDWIG BECK erfreut sich eines großen Zuspruchs von Touristen.

STILIKONE

„KAUFHAUS DER SINNE“ - EXKLUSIVITÄT UND EMOTIONALIÄT

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



LUDWIG BECK

seit 1861

STILIKONE

„KAUFHAUS DER SINNE“ –
MIT TRADING UP BESTÄNDIG NACH OBEN

- Premium-Gedanke ist Bestandteil der Firmenphilosophie.
- Hochwertiger Mix aus internationalen und nationalen Marken- und Designernamen – teilweise exklusiv.
- Stilbildende, unverwechselbare Inszenierung der aktuellsten Trends.

LUDWIG BECK

seit 1861



STILIKONE – „Kaufhaus der Sinne“

„KAUFHAUS DER SINNE“ - DIFFERENZIERUNG DURCH EXKLUSIVITÄT

- Ludwig II. hatte es seinerzeit so verfügt:
Seit dem 27. April 1876 durfte sich Unternehmensgründer Ludwig Beck „Königlich Bayerischer Hofposamentier“ nennen.
- Am 27. April 2012 enthüllt Prinz Luitpold von Bayern im „Kaufhaus der Sinne“ das Große Wittelsbacher Wappen, das LUDWIG BECK damit wieder offiziell führen darf.



STILIKONE – „Kaufhaus der Sinne“

„KAUFHAUS DER SINNE“ – DIFFERENZIERUNG DURCH EXKLUSIVITÄT

- Im August wird das neue Strumpfhaus nach Komplettumbau auf insgesamt 460 qm wieder eröffnet.
- Mehr als 40 Marken sind hier präsent in einem großzügig gestalteten Umfeld, das von hellem Holz, Pastelltönen und Naturstein im Stil der 50er Jahre geprägt ist.



LUDWIG BECK

seit 1861



ZEIGT HER EURE BEINE!

HIGHLIGHTS

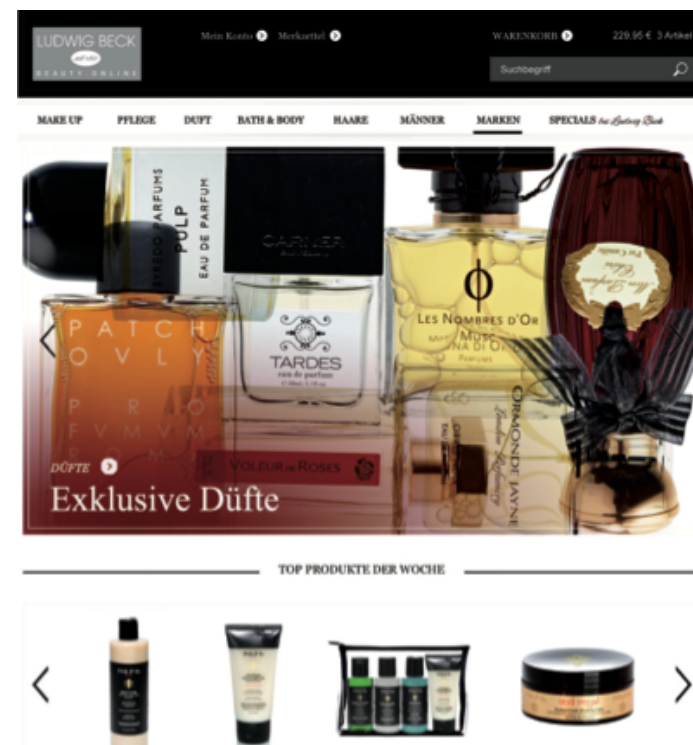
WEITERE ERGEIGNISSE IM JAHR 2012 IM KAUFHAUS DER SINNE.

- Das Münchner Design-Star-Duo Johnny Talbot und Adrian Runhof zeigen in Kooperation mit Jo Malone ihre aktuellste Runway-Kollektion.
- Für das Jubiläumsmagazin zum 150. Firmengeburtstag gab es am 27. Juni in Berlin den BCP Best of Corporate Publishing Award 2012 in Gold in der Kategorie „Specials und Annuals“.
- LUDWIG BECK präsentiert zu Weihnachten 2012 exklusive und limitierte Geschenk-Editionen: In Zusammenarbeit mit Trendlabels und internationalen Designern wurden ca. 50 einzigartige Weihnachtsgeschenkideen rund um Mode, Schönheit und Lifestyle entwickelt, die es nur im „Kaufhaus der Sinne“ gibt.

HIGHLIGHTS

HAUTNAH GOES ONLINE!

- Am 4. Dezember 2012 fiel der Startschuss für den Beauty-Online-Shop **www.ludwigbeck.de**. Die exklusive Welt von HAUTNAH mit 6.000 Produkten von über 70 Marken kann nun auch außerhalb Münchens erschlossen werden.
- Mit dem Gang ins Internet hat sich LUDWIG BECK bewusst für das hochklassige Sortiment von HAUTNAH entschieden.



LUDWIG BECK

seit 1861

LUDWIG BECK

Beauty & Kosmetik
jetzt auch online kaufen

www.ludwigbeck.de

ONLINESHOP
DIE NEUE LUDWIG BECK BEAUTYOASE

Alle von Annick Goutal Die folgenden sind hier: Parfums Marken Annick Goutal Annick Goutal - Mandragore

ANNICK GOUTAL
Mandragore



ZOOM

Annick Goutal - Mandragore
ANNICK GOUTAL

Eau De Parfum

- Wichtig
- Zerstüßer
- Zitrus

92,00 € / 100 ml

Größe wählen und kaufen

Artikel empfehlen Artikel auf Merkzettel

TOP PRODUKTE DER WOCHE



50 ml

verfügbar

92,00 €

Crème pour le visage

IN DEN WARENKORB

HIGHLIGHTS

HAUTNAH GOES ONLINE!

- Diversifizierung der Vertriebskanäle und Erschließung neuer Umsatz- und Ergebnispotenziale.
- Hohes Marktvolumen (2011: 150 Mio. Euro), wenige Wettbewerber.
- Auch online setzt LUDWIG BECK stark auf Emotionalisierung und das Erleben eines einzigartigen Shopping-Flairs.
- Geliefert wird neben Deutschland auch nach Österreich.



KENNZAHLEN

UNTERNEHMSSTRUKTUR

UMSATZENTWICKLUNG

BETRIEBSERGEBNIS

KOSTENSTRUKTUR

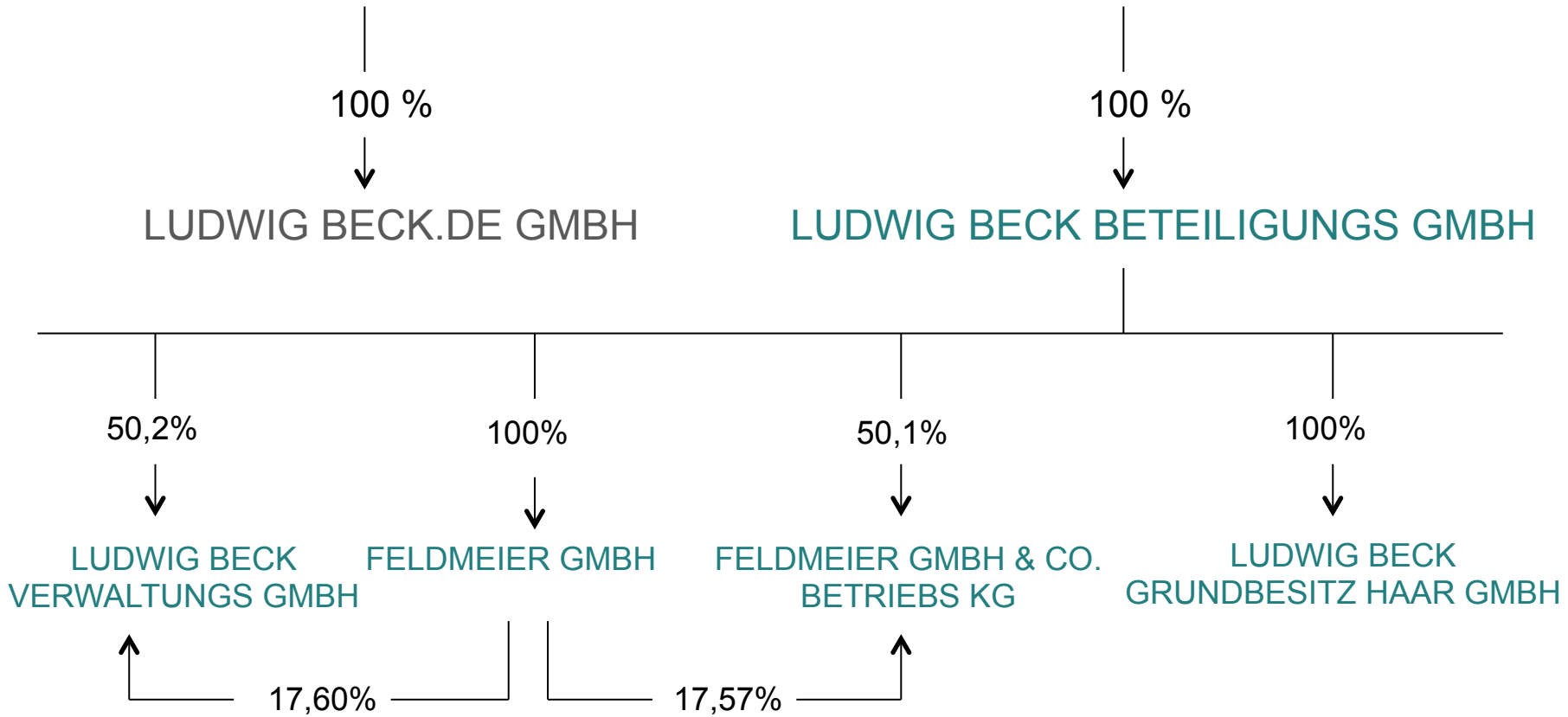
KONZERNERGEBNIS

GEWINNVERTEILUNG

KONZERNBILANZ

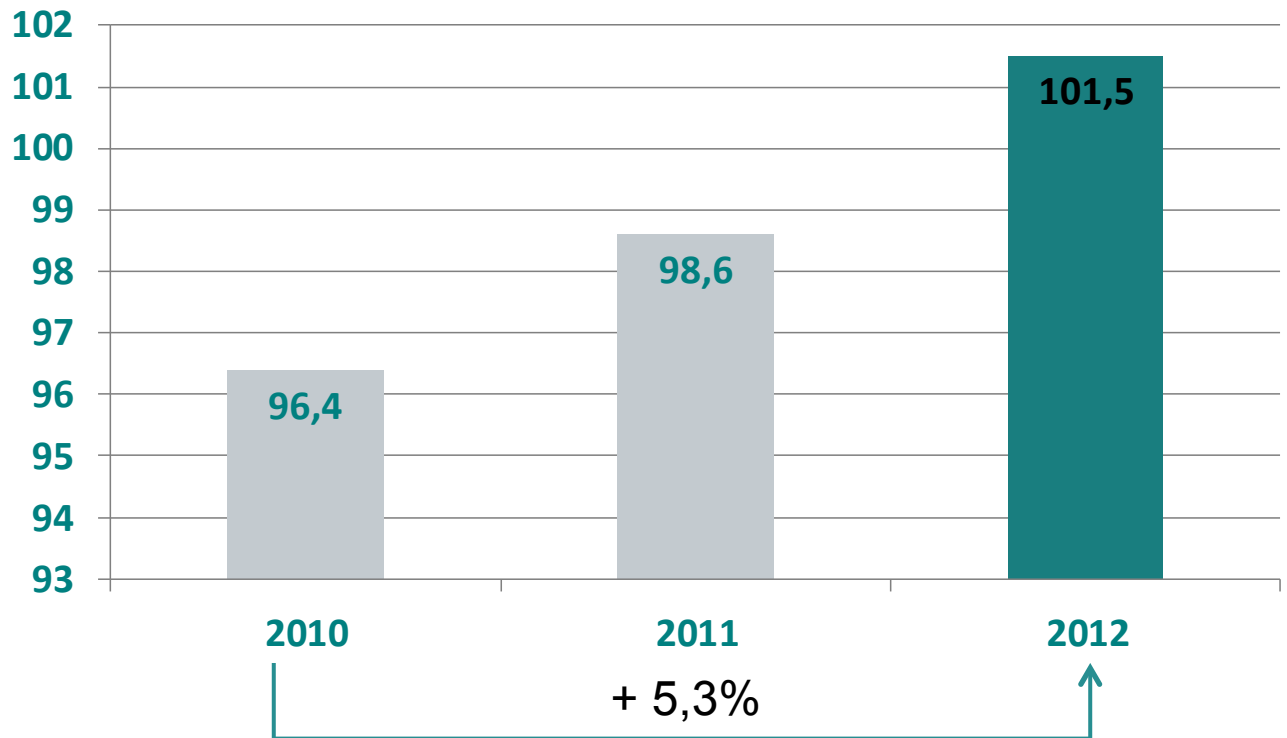
UNTERNEHMENSSTRUKTUR

LUDWIG BECK AM RATHAUSECK – TEXTILHAUS FELDMEIER AG



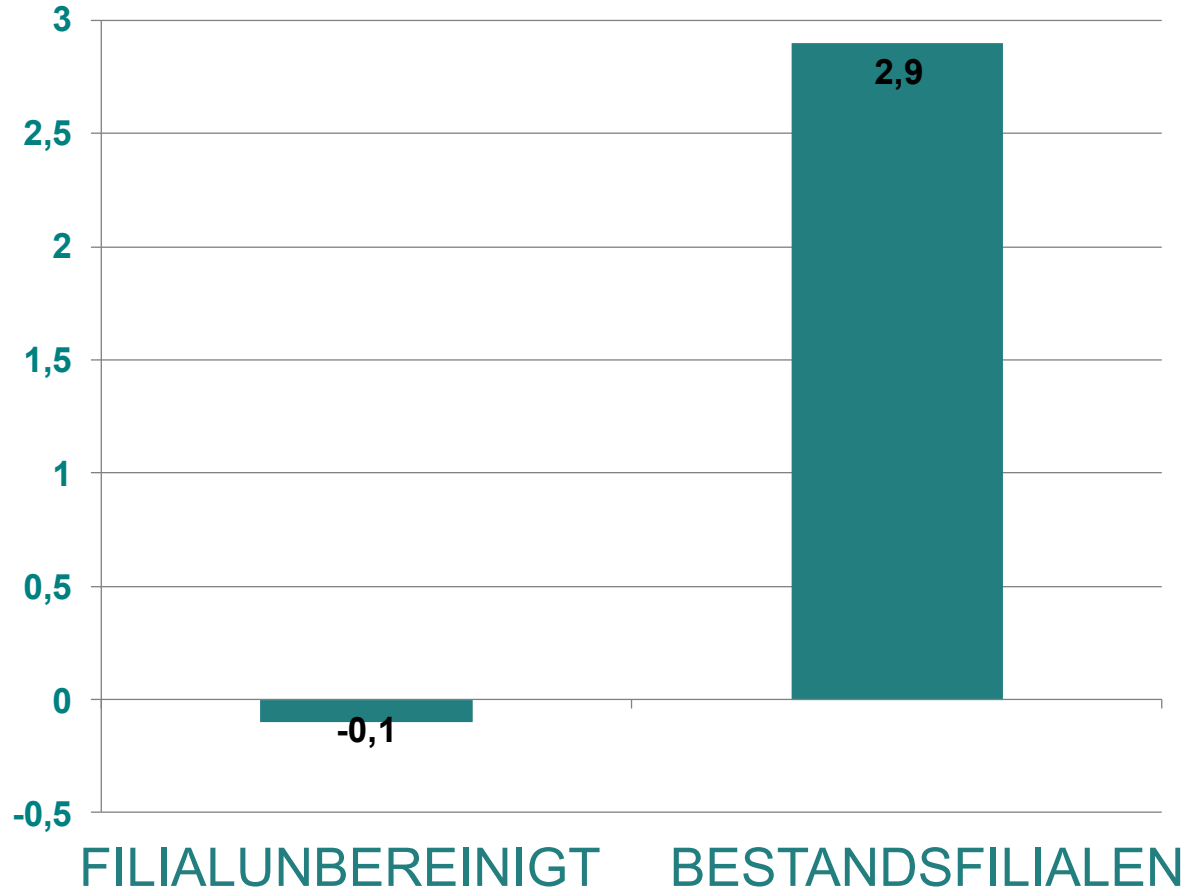
UMSATZENTWICKLUNG

BRUTTO IN MIO. € (BESTANDSFILIALEN = MARIENPLATZ, 5 HÖFE)



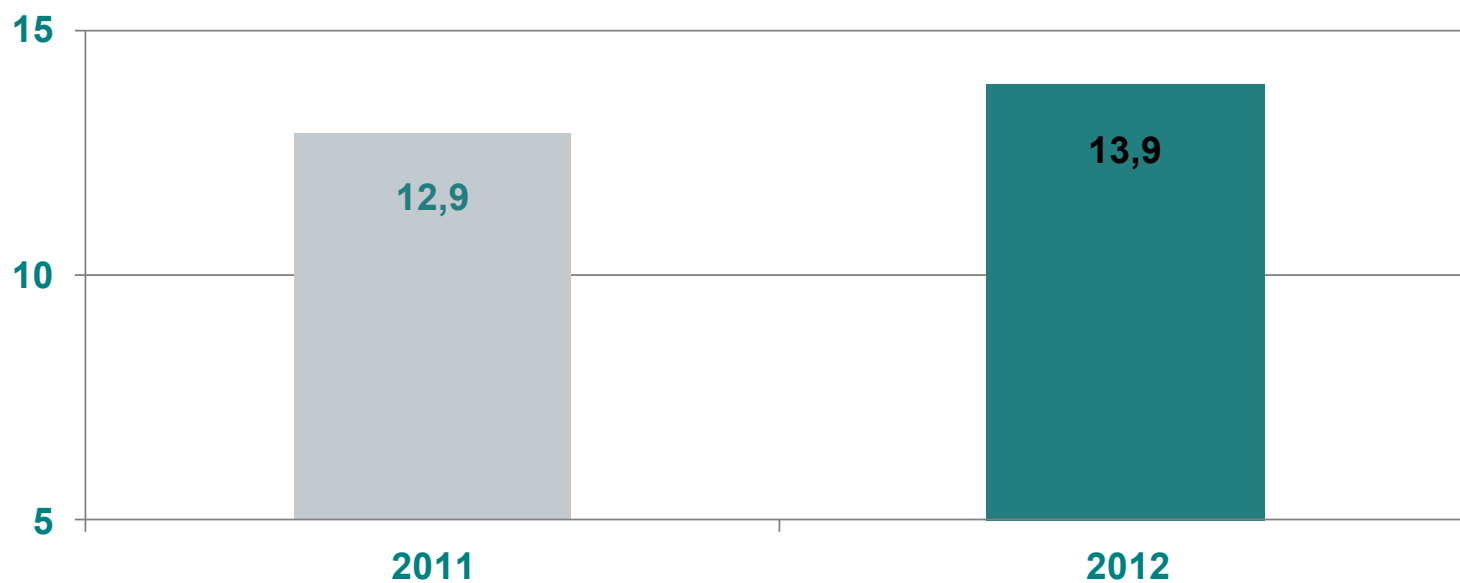
UMSATZENTWICKLUNG

BRUTTO IN % (IM VERGLEICH ZUM VORJAHR)



BETRIEBSERGEBNIS

EBIT IN MIO. €



- EBIT steigt um 7,8%

LUDWIG BECK

seit 1861

KOSTENSTRUKTUR

IN % DES NETTOUMSATZES



KONZERNERGEBNIS

IN MIO. €	2012	2011	VERÄNDERUNG
EBIT	13,9	12,9	+7,8%
Finanzergebnis	-1,8	-1,6	+14,0%
EBT	12,1	11,3	+7,0%

- LUDWIG BECK steigert Ergebnis vor Steuern (EBT) um 7%.
 Im Ergebnis 2012 sind die Anlaufverluste der neu gegründeten ludwigbeck.de GmbH mit 0,6 Mio. € bereits verarbeitet.

LUDWIG BECK

seit 1861

KONZERNERGEBNIS

IN MIO. €	2012	2011	VERÄNDERUNG
EBT	12,1	11,3	+ 7,0%
Ertragssteuern	3,5	2,5	+ 39,7%
Konzernjahresüberschuss	8,6	8,8	- 5,2 %

- EBT liegt klar über dem Vorjahr.
- Neue Bestmarke wurde gesetzt.
- Prognose: 10 - 12 Mio. € wurde übertroffen

GEWINNVERTEILUNG

LUDWIG BECK AG

IN T€

Jahresüberschuss

6.622

Zuführung zu den anderen Gewinnrücklagen

3.311

Bilanzgewinn (LUDWIG BECK AG)

3.311

Dividende: 0,50 € je Stückaktie

1.848

Zuführung zu den anderen Gewinnrücklagen

1.463

LUDWIG BECK

seit 1861

DIVIDENDENENTWICKLUNG

AKTIONÄRE WERDEN AM ERFOLG UNMITTELBAR BETEILIGT

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG	2012	2011	2010
Dividende je Aktie in €	0,50	0,35 0,10 *	0,35
Dividendenrendite in %	1,7	2,3	1,9
Ausschüttungssumme in Mio. €	1,8	1,7	1,3

- Vorstand und Aufsichtsrat werden auf der Hauptversammlung am 8. Mai 2013 die Zahlung einer Dividende je Aktie in Höhe von 0,50 € vorschlagen.

* 0,10 € Sonderdividende anlässlich des 150. Firmenjubiläums

KONZERNBILANZ

IN MIO. €

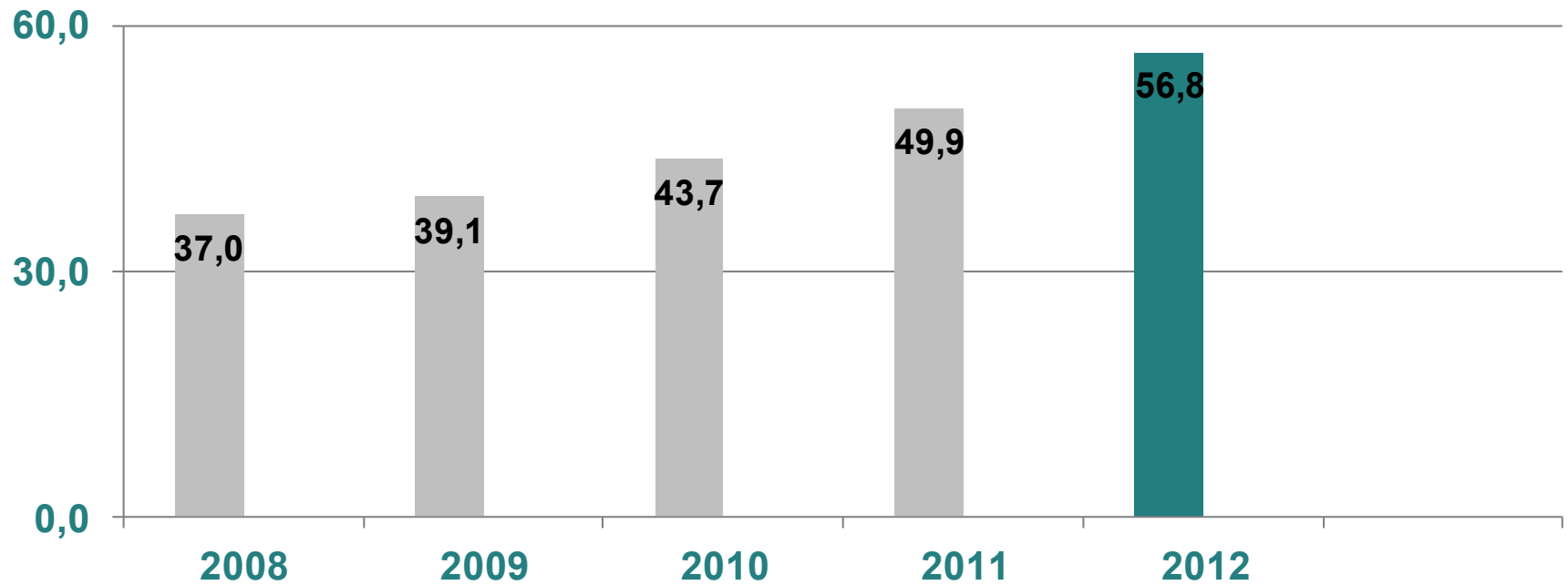
AKTIVA	31.12. 2012	31.12. 2011	PASSIVA	31.12. 2012	31.12. 2011
Langfristige Vermögenswerte	91,8	92,5	Eigenkapital	59,9	53,7
Kurzfristige Vermögenswerte	13,8	15,2	Langfristige Verbindlichkeiten	32,7	33,5
Summe	105,6	107,6	Kurzfristige Verbindlichkeiten	12,9	20,4
			Summe	105,6	107,6

LUDWIG BECK

seit 1861

KONZERNBILANZ

ENTWICKLUNG DER EIGENKAPITALQUOTE IN %



- Die Eigenkapitalquote steigt weiter um ca. 7,0%-Punkte auf 56,8% an.



AKTIE

AKTIENSTAMMDATEN

AKTIENKURSENTWICKLUNG

AKTIONÄRSSTRUKTUR

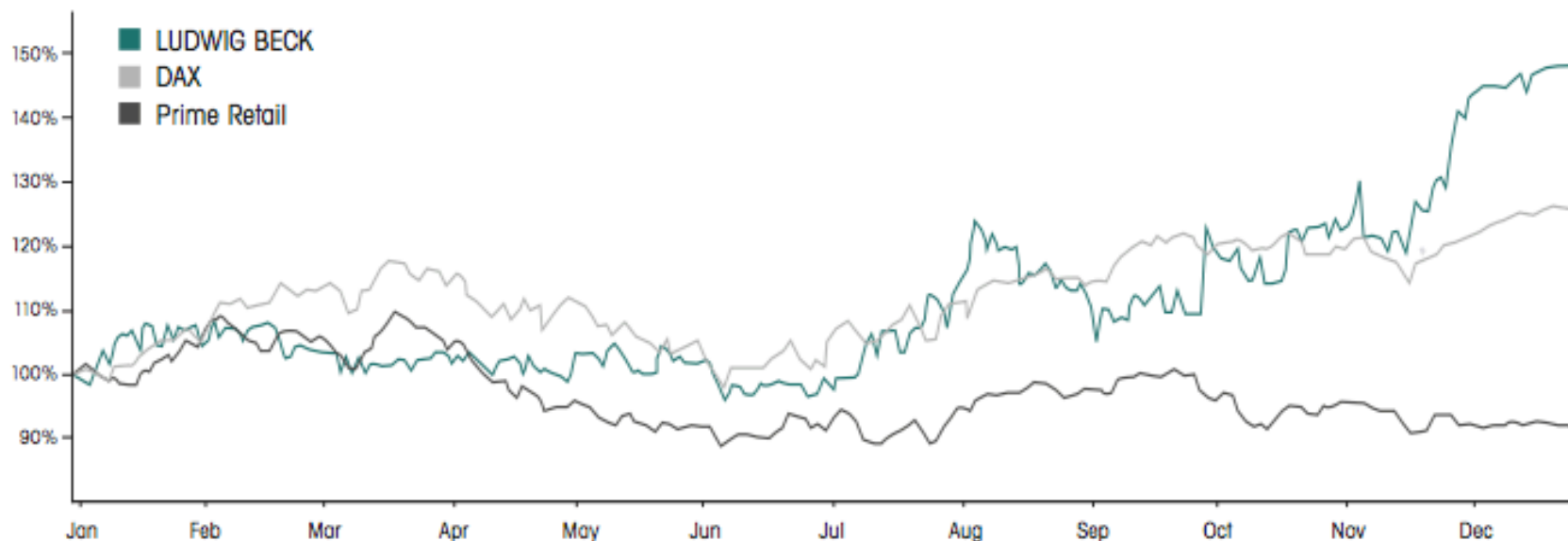
DIVIDENDENENTWICKLUNG

AKTIENSTAMMDATEN

ISIN	DE0005199905
WKN	519990
Börsenkürzel	ECK
Branche	Einzelhandel
Zulassungssegment	Prime Standard
Anzahl der Aktien	3.695.000
Marktkapitalisierung (31. Dez. 2012)	106,97 Mio. €
Handelsplätze	Frankfurt/M., Stuttgart, München, Düsseldorf, Berlin/Bremen, Hamburg, XETRA
Jahresendkurs	28,95 €
Höchstkurs	28,95 €
Tiefstkurs	18,71 €
Designated Sponsor	VISCARDI AG

AKTIENKURSENTWICKLUNG

LUDWIG BECK AKTIE BESSER ALS DAX UND PRIME RETAIL



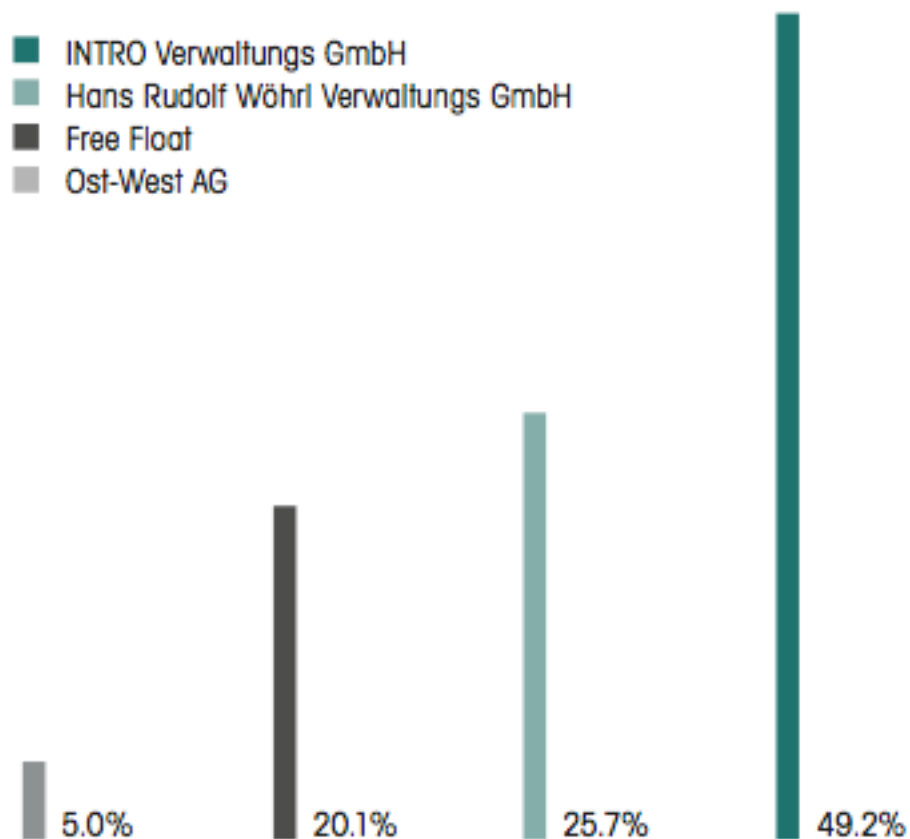
- LUDWIG BECK schloss im Geschäftsjahr 2012 im XETRA-Handel mit einem Jahresendkurs von 28,95 € (Schlusskurs 2011: 19,50 €). Dies entspricht einem Plus von 48%. Der DAX verzeichnete gleichzeitig ein Plus von 29%.

LUDWIG BECK

seit 1861

AKTIONÄRSSTRUKTUR

LUDWIG BECK AG HAT DERZEIT CA. 2.100 AKTIONÄRE.



zum 31. Dezember 2012

LUDWIG BECK

seit 1861



AUSBLICK

AUSBLICK 2013

AUSBLICK 2013

AUFSCHWUNG GEHT IN GEDÄMPFTEM TEMPO WEITER

- Weltweit gedämpftes Szenario für das Jahr 2013.
(Weltwirtschaft soll laut Weltbank um nur 2,4% zulegen.)
- Euro-Raum auf sehr mühsamem Kurs.
(Rückgang der Wirtschaftsleistung laut IfW um 0,2%.)
- Deutschland vor moderatem Wachstum.
(BIP-Wachstum soll laut IfW bei 0,3% liegen.)
- Konsumklima im Abwärtstrend aufgrund gesunder Nachfrage und relativ hohen Einkommenserwartungen – aber auch mögliche Zunahme der Inflation und unabsehbare Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt.
- LUDWIG BECK sieht sich trotz schwierigem Gesamtumfeld auch im Jahr 2013 auf Erfolgskurs und vertraut auf eigene Firmendynamik.

AUSBLICK 2013

UNSERE ERFOLGSFORMEL:

- Einzigartiges Konzept
- Einer der besten Standorte in Europa
- Fortlaufende Optimierungen
- **Mitarbeiter,
die den Unterschied machen!**

LUDWIG BECK

seit 1861



AUSBLICK 2013

POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

- Die Attraktivität Münchens ist ungebrochen

→ weiteres Wachstum

2012	1.359 Tsd. Einwohner
2013 (e)	1.371 Tsd. Einwohner

- Ausländische Touristen lieben LUDWIG BECK

Umsatzanteil	2012	2011
Russland	4,4%	2,9%
Golfstaaten	2,2%	1,6%

Gesamt	6,6%	4,5%
--------	------	------

→ weiteres Wachstum in 2013 erwartet



AUSBLICK 2013

POSITIVE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

- Verkaufs-Flächenerweiterung im Stammhaus Marienplatz

2013	11.500 qm
2014 (e)	12.000 qm

→ Erweiterung um 4% !!

LUDWIG BECK

seit 1861

AUSBLICK 2013

ZIELE IM LUDWIG BECK KONZERN:

- Position von LUDWIG BECK im gehobenen Segment soll weiterhin verstärkt und ausgebaut werden.
- Beauty-online in 2013 bereits mit Umsatz in Millionenhöhe.
- Umsatzwachstum im Konzern (incl. online) wird zwischen 4% und 6% erwartet.
- Ergebnis vor Steuern (Konzern) zwischen 11 Mio. € und 13 Mio. € erwartet.

2013 – BESTÄNDIG, HÖHER, WEITER



HERZLICHEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT

Ihr LUDWIG BECK Vorstand