

Corporate News

LUDWIG BECK schließt erstes Quartal mit Umsatzplus von 2,4%

München, 23. April 2014 – Der Münchner Modekonzern LUDWIG BECK (ISIN DE 0005199905) schließt das 1. Quartal des Geschäftsjahres 2014 mit einer Umsatzsteigerung ab. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich der Umsatzeffekt aus dem Ostergeschäft dieses Jahr erst im 2. Quartal niederschlagen wird.

Umsatzentwicklung

LUDWIG BECK erwirtschaftete in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2014 einen Bruttoumsatz auf Konzernebene von 21,8 Mio. € (Vorjahr: 21,3 Mio. €). Dies entspricht einer Steigerung von 2,4%. Gründe für die positive Entwicklung liegen vor allem in den verbraucherfreundlichen Wetterverhältnissen und einer ungetrübten Kauflaune. Der Textileinzelhandel erwirtschaftete laut TextilWirtschaft (TW) im gleichen Zeitraum ebenfalls ein Plus von 3%. Den größten Beitrag an den erzielten Umsätzen leistete erneut das Stammhaus am Münchner Marienplatz. Zugleich wurde unterstrichen, dass der noch junge Onlineshop auf starke Resonanz stößt. Das üblicherweise umsatzschwächste erste Quartal konnte damit auch ohne Ostereffekt gemäß den Erwartungen des Managements abgeschlossen werden.

Ergebnissituation

Der Nettorohrertrag verzeichnete eine neutrale Entwicklung und lag ähnlich wie im Vorjahreszeitraum bei 8,8 Mio. €. Dies hatte seine Ursache in einmaligen positiven Sondereffekten, die noch im Vorjahresquartal das Ergebnis positiv beeinflussten. Die Nettorohrertragsquote betrug 48,0% (Vorjahr: 49,0%).

Absolut lagen die Kosten saldiert mit den entsprechenden Erträgen mit 8,3 Mio. € über dem Vorjahreswert von 7,8 Mio. €. Verantwortlich hierfür waren hauptsächlich eine im zweiten Quartal 2013 in Kraft getretene Lohnerhöhung von 6,5% für Mitarbeiter der Gesellschaft sowie höhere Vertriebskosten im Zusammenhang mit dem Onlineshop.

Das operative Ergebnis (EBIT) kam auf 0,5 Mio. € (Vorjahr: 1,0 Mio. €). Die EBIT-Marge lag bei 2,5% (Vorjahr: 5,4%).

Das Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT) erreichte 0,2 Mio. € (Vorjahr: 0,6 Mio. €).

Das Periodenergebnis belief sich auf 0,2 Mio. € gegenüber 0,4 Mio. € im Vorjahr.

Ausblick

Für das verbleibende Geschäftsjahr setzt der Konzern auch weiterhin auf die Fortführung seiner erfolgreichen Trading Up-Strategie. Der Vorstand vertraut auf die Dynamik seiner eigenen Firmenkonjunktur gepaart mit wohlwollenden politischen, wirtschaftlichen und klimatischen Rahmenbedingungen. Ein Höhepunkt im aktuellen Geschäftsjahr wird die Neueröffnung der Herrenabteilung auf größerer Fläche im Tiefgeschoss des Münchner Stammhauses sein. Sie geht einher mit einer weiteren Qualitätssteigerung in Präsentation und Angebot. „Damit schaffen wir für modebewusste Männer auf nunmehr rund 1.500 qm eine führende Adresse für stilvolle Kleidung im gehobenen Segment“, so LUDWIG BECK Vorstand Dieter Münch. Vom Onlineshop auf www.ludwigbeck.de erwartet sich der Vorstand darüber hinaus die Fortsetzung einer bisher sehr positiven Entwicklung als umsatzstarke zweite Säule neben dem stationären Geschäft.

In Erwägung dieser Triebkräfte geht der Vorstand für das Geschäftsjahr 2014 von einem Umsatzwachstum auf Konzernebene im mittleren einstelligen Prozentbereich sowie einem Ergebnis auf Vorjahresniveau aus.

Der ausführliche Quartalsbericht für das 1. Quartal wird im Internet unter www.ludwigbeck.de/kaufhaus im Bereich „Unternehmen“, „Investor Relations“, „Finanzpublikationen“ unter der Rubrik „Zwischenberichte“ veröffentlicht.

Konzernkennzahlen

in Mio. €	01.01.2014	01.01.2013
	–	–
	31.03.2014	31.03.2013
Umsatz (brutto)	21,8	21,3
Umsatz (netto)	18,3	17,9
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	1,2	1,7
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	0,5	1,0
Ergebnis vor Steuern (EBT)	0,2	0,6
Periodenergebnis	0,2	0,4
Eigenkapital (zum Stichtag 31.03.)	64,4	59,9
Eigenkapitalquote in % (zum Stichtag 31.03.)	60,3	56,4
Ergebnis pro Aktie (in €)	0,05	0,11
Investitionen	0,6	0,4
Mitarbeiter (zum Stichtag 31.03.) ^{*)}	457	462
Auszubildende (Anzahl)	44	49

^{*)} ohne Auszubildende

LUDWIG BECK

Der Münchner Modekonzern gehört zur Spitze der deutschen Textil-Einzelhandelsunternehmen und erwirtschaftet mit ca. 500 Mitarbeitern auf insgesamt rund 11.600 qm Fläche einen Umsatz (inklusive ludwigbeck.de GmbH) von 102,1 Mio. € (Stand 31. Dezember 2013).

LUDWIG BECK liegt im Herzen Münchens, direkt am Marienplatz. Auf sieben Etagen bietet LUDWIG BECK internationale Mode, Lederwaren und Accessoires, exklusive Kosmetik und mit mehr als 120.000 Titeln Europas größte stationäre Auswahl an Klassik, Jazz, Weltmusik und Hörbüchern. Seit Ende 2012 bietet LUDWIG BECK das besondere Markenportfolio der Beautyabteilung auch zum Online-Shopping unter www.ludwigbeck.de an. Kunden erwartet hier eine einzigartige Auswahl von fast 9.000 Produkten von mehr als 90 Marken aus Luxus- und Nischenkosmetik.

Kontakt Investor Relations:

esVedra consulting GmbH
Metis Tarta
t: +49 89 206021-210
f: +49 89 206021-610
mt@esvedragroup.com

Kontakt Konzernrechnungswesen:

LUDWIG BECK AG
Jens Schott
t: +49 89 23691-798
f: +49 89 23691-600
jens.schott@ludwigbeck.de