

Corporate News

LUDWIG BECK verzeichnet in den ersten neun Monaten 2014 bei verbessertem Ergebnis ein Umsatzplus von 1,1% - Textileinzelhandelsbranche schließt im Minus

München, 21. Oktober 2014 – Der Münchner Modekonzern LUDWIG BECK (ISIN DE 0005199905) schließt das 3. Quartal des Geschäftsjahres 2014 mit einer leichten Umsatzsteigerung. Der deutsche Modehandel insgesamt war laut Textilwirtschaft im gleichen Zeitraum in ein Minus von 1,0% gerutscht.

Umsatzentwicklung

In den ersten neun Monaten des Berichtsjahres erzielte LUDWIG BECK auf Konzernebene einen Bruttoumsatz von 69,2 Mio. € (Vorjahr: 68,5 Mio. €), was einer Steigerung von 1,1% entspricht. Damit konnte sich der Konzern dem negativen Branchentrend zumindest teilweise entziehen. Vor allem das Online-Geschäft unter www.ludwigbeck.de verlief erfolgreich.

Spürbar bemerkbar machte sich das Ausbleiben von krisenbedingt fehlenden Touristen aus osteuropäischen Ländern. Deren Potenzial gehört traditionell zur festen Umsatzgröße im Stammhaus am Marienplatz. Auch dauerhafte Bauarbeiten im Münchner U-/S-Bahn-Sperrengeschoss am Marienplatz und vor dessen Zugängen führten und führen weiterhin zu Einschränkungen im Kundenverkehr. Insgesamt erlebt LUDWIG BECK derzeit die Einflussnahme von internationalen Krisen, negativen wirtschaftlichen Prognosen und gesundheitlichen Bedrohungsszenarien auf die Verbraucherstimmung.

Ergebnissituation

Der Nettorohrertrag verzeichnete eine Seitwärtsbewegung und kam auf einen Wert von 28,6 Mio. € (Vorjahr: 28,7 Mio. €). Die Nettorohrertragsquote lag demnach bei 49,1% (Vorjahr: 49,8%). Darin wirkte sich der wareneinsatzerhöhende Räumungsverkauf der Herrenmode aus, bei dem vor dem Umbau der Abteilung saisonale Warenbestände über zusätzlich gewährte Rabatte vollständig veräußert werden mussten.

Die Kosten saldiert mit den entsprechenden Erträgen lagen mit 23,9 Mio. € über dem Vorjahreswert von 23,3 Mio. €. Die Kostenquote betrug 41,0% gegenüber 40,4% im Vorjahr. Dieser Anstieg ist hauptsächlich mit den gestiegenen Personalkosten im Rahmen der im ersten Halbjahr 2013 gewährten Lohnerhöhung um 6,5% zu begründen. Ebenso ins Gewicht fiel der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Abwicklung des Vermächtnisses des erst kürzlich verstorbenen Herrn Toni Feldmeier - dem ehemaligen Mitinhaber des Unternehmens und Minderheitsgesellschafter der Besitzgesellschaft der Immobilie am Münchner Marienplatz - und den damit verbundenen Transaktionskosten in Höhe von 0,3 Mio. € (inklusive Schenkungssteuer). Durch die Abwicklung des Vermächtnisses hat sich der Anteil von LUDWIG BECK an der Immobilienbesitzgesellschaft von 67,67% um 18,27% auf 85,94% erhöht.

Das operative Ergebnis (EBIT) belief sich auf 4,7 Mio. € (Vorjahr: 5,4 Mio. €), die EBIT-Marge zählte 8,0% (Vorjahr: 9,4%). Das Ergebnis vor Ertragssteuern (EBT) kam auf 3,8 Mio. € (Vorjahr: 4,1 Mio. €). Das Ergebnis nach Steuern stieg u.a. durch eine Optimierung der steuerlichen Situation und betrug nach neun Monaten 2,9 Mio. € (Vorjahr: 2,7 Mio. €).

Ausblick

Wie die gesamte Branche sieht sich LUDWIG BECK grenzüberschreitenden Faktoren ausgesetzt, die einen derzeit schwer absehbaren Einfluss auf die unmittelbare Geschäftsentwicklung nehmen können. Mit der weiterhin schwelenden Ukraine Krise, dem Verfall des Rubels, der von vielen Verbrauchern zunehmend als bedrohlich wahrgenommenen Situation im Nahen Osten, der Furcht vor Ebola und der momentanen Abschwächung der deutschen Konjunktur besteht eine ganze Kette von Umständen, die auch die Nachfrage nach Mode in den nächsten Monaten unter Druck setzen können. Unwägbar, wenn auch fester Bestandteil des Geschäfts, ist zudem die Wetterlage. Wie sich diesen Sommer wieder zeigte, entspricht die tatsächliche Klimasituation immer seltener den Erfahrungswerten aus der Vergangenheit.

Dennoch sieht sich der Konzern solide aufgestellt und setzt auf sein einzigartiges Geschäftsmodell. Anders als viele vom stationären Geschäft abhängigen Filialwettbewerber verfügt LUDWIG BECK - dank seiner deutschlandweit einmaligen Verkaufsatmosphäre sowie seinem hochklassigen Produktsortiment - über das Potenzial, externe Risiken zu einem guten Teil abzufedern. Von der Wiedereröffnung der neuen, deutlich vergrößerten Herrenabteilung werden zusätzlich positive Impulse erwartet. Mit seiner Online-Verkaufsplattform über www.ludwigbeck.de bietet die Gesellschaft darüber hinaus eine zweite erfolgreiche Wachstumssäule.

LUDWIG BECK Vorstand Dieter Münch hat deshalb neben den gegenwärtig ungewöhnlich zahlreichen Geschäftsrisiken auch die selbst generierten Chancen im Blick: „Unser noch junges Online-Geschäft erfüllt die Erwartungen. Die Neueröffnung der Herrenabteilung im Stammhaus am Marienplatz verlief ebenfalls erfolgreich. Zudem dürfte das anstehende Weihnachtsgeschäft wie in den Jahren zuvor positiv zu den Umsätzen im 4. Quartal beitragen.“

Das Management trägt in seiner Jahresprognose der derzeitigen Situation Rechnung und geht noch von einem Umsatzwachstum auf Konzernebene im unteren einstelligen Prozentbereich aus sowie einem Ergebnis auf Höhe des Vorjahresniveaus. Sich weiter verstärkende Auswirkungen der negativen externen Faktoren könnten diese Beurteilung jedoch in einem moderaten Umfang beeinflussen.

Der ausführliche Quartalsbericht 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
	–	–
	30.09.2014	30.09.2013
Umsatz (brutto)	69,2	68,5
Umsatz (netto)	58,2	57,6
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung (EBITDA)	6,9	7,5
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	4,7	5,4
Ergebnis vor Steuern (EBT)	3,8	4,1
Ergebnis nach Steuern	2,9	2,7
Eigenkapital (zum Stichtag 30.09.)	63,5	60,0
Eigenkapitalquote in % (zum Stichtag 30.09.)	55,5	55,4
Ergebnis pro Aktie (in €)	0,77	0,74
Investitionen	5,3	2,7
Mitarbeiter (zum Stichtag 30.09.) ¹⁾	478	444
Auszubildende (Anzahl)	55	56

¹⁾ 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