

LUDWIG BECK



Ludwig Beck

GESCHÄFTSBERICHT 2001

02	Interview
06	Konzernstruktur
08	Wachstum im Stammhaus
14	Wachstum mit Filialen
18	Expansion mit Monolabel-Stores
26	Erfolgreich mit eCommerce
30	Langfristige Standortsicherung

35 Finanzinformationen

76	Bericht des Aufsichtsrats
-----------	---------------------------

Zusatzinformationen

77	Historie
78	Fünfjahresübersicht

Ludwig Beck

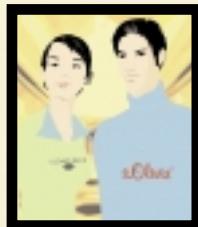
ist eines der führenden Einzelhandelsunternehmen in Deutschland und verfügt mit dem **Stammhaus am Münchener Marienplatz** über eine der attraktivsten Lagen Deutschlands.

Wir erzielen überdurchschnittliche Ergebnisse in Umsatz und Ertrag. Unser Erfolgsrezept ist das Konzept **»Kaufhaus der Sinne«.**

Wir setzen auf **Qualität, Kompetenz, einen einzigartigen Sortimentsmix** und **eine individuelle Präsentation.**

Wir erreichen ein **attraktives Kundensegment** und eine **außergewöhnlich hohe Kundenbindung**. Unsere Kunden schätzen die herausragende **Freundlichkeit** und **Beratungsqualität** unserer Mitarbeiter.

Wir wollen diese Stärken nutzen, um das profitabelste und produktivste Kaufhaus Deutschlands zu werden.



Reiner Unkel, [43]
Vorstandsvorsitzender der Ludwig Beck AG

Nicht nur der Wirtschaft und ihren Märkten, sondern vor allem den Menschen dahinter gilt das Interesse von Reiner Unkel. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften wählte der Diplom-Ökonom die Einzelhandelsbranche: »Dort kann ich nicht nur gemeinsam mit anderen Menschen Ziele erreichen, sondern auch täglich die Reaktion der Kunden spüren.« Nach elf Jahren in verschiedenen Führungsaufgaben und Bereichen beim traditionsreichen Texteilzelhändler E. Breuninger GmbH & Co., Stuttgart, wechselte er im März 1997 als Vorstandsmitglied zur Ludwig Beck AG. Seit April 1998 ist er Vorstandsvorsitzender mit der Verantwortung für Einkauf, Verkauf und Personal.

Dieter Münch, [47]
Mitglied des Vorstands der Ludwig Beck AG

Bereits während des Studiums der Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule München kam Dieter Münch in Kontakt mit Ludwig Beck – zunächst als Praktikant. Angesteckt vom besonderen Ludwig Beck-Flair startete der Diplom-Betriebswirt (FH) nach dem Abschluss 1980 seine Karriere im Controlling der Ludwig Beck AG. Für ihn wirkte die »Magie der Zahlen« (Münch) und die Chance, in einer klar strukturierten Organisation sämtliche Prozesse steuern zu können, schon immer reizvoll. Nach verschiedenen Stationen im Unternehmen wurde er im April 1998 in den Vorstand berufen. Seit Mai 1999 ist er dort verantwortlich für Finanzen, Marketing und Investor Relations.

Kennzahlen

Ludwig Beck AG

		2000	2001	Konzern 2000 in %	Konzern 2001
Ergebnis					
Umsatz (brutto)	Mio. €	100,2	97,8	100,3	98,0
Mehrwertsteuer	Mio. €	13,7	13,4	13,8	13,5
Umsatzerlöse	Mio. €	86,5	84,4	86,5	84,5
Netto-Rohertrag	Mio. €	42,0	40,4	42,0	40,6
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung (EBITDA)	Mio. €	9,4	8,3	9,0	8,2
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	Mio. €	6,5	5,4	6,1	5,2
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	Mio. €	5,6	3,7	5,2	3,9
Jahresüberschuss	Mio. €	5,6	3,7	5,2	3,8
DVFA/SG-Ergebnis	Mio. €	2,9	2,3	2,7	2,5
Aktie					
Aktienzahl	Mio. Stck.	3,31	3,18	3,31	3,18
DVFA/SG-Ergebnis pro Aktie	€	0,88	0,71	0,83	0,78
Dividende	€	0,87	0,87	0,87	0,87
Mitarbeiter					
Mitarbeiter	Pers.	665	626	665	626
Sonstige					
Verkaufsfläche	qm	13.000	14.060	13.000	14.060
Umsatz pro Quadratmeter	€/qm	7.700	7.000	7.700	7.000
Standorte	Anzahl	4	4	4	4

Interview

? Frage: Herr Unkel, Herr Münch, auch die Ludwig Beck AG konnte sich im Geschäftsjahr 2001 nicht ganz dem negativen Umsatztrend im Textileinzelhandel entziehen, aber dennoch das hohe Ertragsniveau annähernd halten. Wie haben Sie das geschafft?

! Unkel: Das haben wir unserem funktionierenden Risiko-Management-System zu verdanken. Wir konnten frühzeitig auf die Konjunktureintrübung mit gezielten Kostensenkungsmaßnahmen reagieren. Diese Maßnahmen haben wir nicht nur auf den Weg gebracht, sondern vor allem auch kurzfristig erfolgreich und sehr wirkungsvoll umgesetzt. Insgesamt haben wir so im Geschäftsjahr 2001 Kostensenkungsmaßnahmen in Höhe von 2,0 Mio. € realisiert – vor allem durch gezielte Reduzierung bei Neueinstellungen, sowie bei den Verwaltungs- und Betriebskosten. Dank unseres hohen Cash-flow konnten wir auch unser Investitionsprogramm weiter verfolgen.

! Münch: Viele Einzelhändler denken in solch einer Situation erst einmal an den Umsatz. Wir nicht: Für uns ist der Ertrag die entscheidende Kenngröße, über die das Unternehmen gesteuert wird. Insgesamt haben wir mit einem Jahresüberschuss von 3,8 Mio. € ein sehr zufriedenstellendes Ergebnis im Umfeld des nicht einfachen Jahres 2001 erreicht. Das entspricht im Konzern einer EBIT-Marge von annähernd 6,1 % – und ist ein Spitzenwert in unserer Branche, speziell in der aktuell schwierigen Marktsituation.

? Frage: Wie schafft es Ludwig Beck, in einem so schwierigen Umfeld dennoch ertragreich zu sein und sich so deutlich von der Branche abzuheben?

! Unkel: Die Ludwig Beck AG profitiert im Stammgeschäft von dem einzigartigen Konzept »Kaufhaus der Sinne« sowie einer konsequent verfolgten Marketing- und Zielgruppenstrategie. Wir führen keine Preiskämpfe, sondern bieten Qualität, exzellente Beratung, Einkaufserlebnis und ein spannendes Sortiment zu fairen Preisen. Ludwig Beck ist kein gewöhnliches Kaufhaus, sondern ein sehr sinnliches Kaufhaus, das immer wieder Überraschungen und Erlebnisse bietet. Wir sprechen alle Sinne des Kunden an. Und das merkt und honoriert er. Wir erreichten im Konzern einen Bruttoumsatz von 98,0 (100,3) Mio. €.

? Frage: Dürfen sich damit Ihre Aktionäre über eine unveränderte Dividende freuen?

! Münch: Ja, selbstverständlich. Und diese Dividende von 0,87 € je Aktie ist weiterhin steuerfrei, zählt also bei unseren Aktionären nicht zum steuerpflichtigen Einkommen. Diese Steuerfreiheit bleibt uns – das haben wir vom Finanzamt schriftlich – auch noch für die ganze Nutzungsdauer des Verlustvortrags erhalten. Damit kommen wir für 2001 auf eine ansehnliche Dividendenrendite von 7,25 % gemessen am Jahresschlusskurs. Die Ludwig Beck-Aktie ist damit ein ideales Investment für wertorientierte Anleger. Das zeigt auch die Performance im vergangenen Jahr, in dem unsere Aktie den DAX-, MDAX- und SMAX-Index klar geschlagen hat. Vom Neuer-Markt-Index wollen wir dabei gar nicht reden.

? Frage: Nun haben Sie im vergangenen Jahr trotz des schwierigen Umfeldes nicht nur defensiv Ertrags- und Kostenmanagement betrieben, sondern auch an vielen Stellen offensiv die strategischen Weichen in Richtung Zukunft und zusätzliches Wachstum gestellt. Aus dem Kaufhaus Ludwig Beck AG ist ein richtiger Konzern geworden.

! Unkel: Wir haben bereits Anfang 2001 eine langfristige Wachstumsstrategie entwickelt und gestartet, bei der wir auf unsere Position als ertragsstarkes Unternehmen mit einer exzellenten Finanzstruktur aufbauen. Auch hier gilt: Ertrags-Wachstum hat Vorrang vor Umsatz-Wachstum.

Unser Wachstumskonzept basiert auf vier Säulen:

- Die erste Säule ist der Ausbau des Stammhauses am Münchner Marienplatz und der Marke »Ludwig Beck«.
- Die zweite Säule ist die Expansion über unser Filialisierungs-Konzept inklusive der neuen Monolabel-Stores.
- Dritte Säule ist das im August neu gestartete Geschäftsfeld eCommerce.
- Und die vierte Säule sind last but not least Akquisitionen.

? Frage: Klingt gut. Aber konnten Sie im schwierigen Jahr 2001 überhaupt etwas davon umsetzen?

! Unkel: Ja, und wir konnten sogar eine Gunst der Stunde nutzen, für Ludwig Beck sicher eine Jahrhundertchance: Wir konnten uns die Mehrheit an der Immobilie sichern, in der unser Haupthaus am Marienplatz seit 1861 seinen Platz hat. Und wir haben die Basis für den Einstieg in die Filialisierung mit Monolabel-Stores gelegt.

! Münch: Diese beiden wichtigen strategischen Entscheidungen machten den Aufbau einer Konzernstruktur notwendig – und auch das haben wir ebenfalls bereits vollzogen. Die Ludwig Beck-Gruppe ist nun klar strukturiert nach einzelnen Geschäftszweigen: In der AG befindet sich das traditionelle Geschäft mit dem Haupthaus am Marienplatz und den »Ludwig Beck«-Filialen, in der Beteiligungs GmbH halten wir den neu erworbenen Immobilienbesitz, in der Vertriebs GmbH setzen wir als Wachstumsturbo auf den Vertrieb mit im Markt bereits hervorragend positionierten Labels und in der online GmbH bündeln wir unser Online- und Versandgeschäft.

? Frage: Ihre Begeisterung ist verständlich, aber fangen wir einmal vorne an. Warum steigt Ludwig Beck mit viel Geld in eine so langweilige Sache wie Immobilien ein?

! Münch: Also zunächst einmal war es gar nicht viel Geld gemessen an dem Objekt. Wir haben die Mehrheit an einer unbestrittenen Perle unter den Immobilien in Deutschland, ja sogar in Europa erworben – nämlich unserem Haupthaus am Münchner Marienplatz, in dem wir bereits seit 1861 ansässig sind. Wir haben das Objekt aber nicht aus Nostalgie gekauft, sondern weil es sich rechnet. Insgesamt haben wir auf einer Bewertungsbasis von 65 Mio. € den Anteil von 50,1 % an der Immobilie erworben. In diesem Bewertungsansatz ist bereits jetzt ein deutliches Upside-Potenzial enthalten.

? Frage: Der Standort für das Stammgeschäft ist also auf immer und ewig abgesichert. Wie aber sieht es mit den Wachstumsperspektiven aus? Die größte Überraschung des vergangenen Jahres war sicherlich der Einstieg in den Vertrieb über Monolabel-Franchise-Systeme.

! Unkel: Die einfache Regel heißt: If you can't beat them, join them. Das Vordringen vertikaler Vertriebschienen, also Produktion und Einzelhandel in einer Hand, hat uns zweifellos in den vergangenen Jahren auch Umsatz gekostet. Doch statt gegen diese Systeme zu kämpfen, wollen wir lieber künftig von ihnen profitieren. Wir sind davon überzeugt, dass diese Systeme sich auch weiter am Markt durchsetzen werden. Ideal ist die Verbindung der Markenkraft des Herstellers mit unserem Vertriebs- und Kunden-Know-how. An diese Läden könnten wir auch schreiben: »Powered by Ludwig Beck«. Wir sind bei unseren Partnern auf der Lieferanten-Seite sofort auf offene Ohren gestoßen.

! Münch: Mit diesem Schritt ist Ludwig Beck der Einstieg in den Wachstumsmarkt der Monolabel-Vertriebssysteme gelungen, der das bestehende erfolgreiche Geschäft in der Multilabel-Linie durch weitere Umsatz- und Ergebnisbeiträge ergänzt.

? Frage: Aber Sie werden doch nicht von S.Oliver abhängig, oder?

Münch: Nein, insgesamt werden wir mit vier Franchise-Systemen arbeiten: Neben S.Oliver sind das Esprit, Gerry Weber und Tommy Hilfiger. Damit verfügen wir in diesem Bereich über ein abgerundetes Portfolio: S.Oliver und Esprit bedienen die Mittelpreislagen, vor allem im jüngeren kommerziellen Bereich, Tommy Hilfiger vertritt ein höherwertiges, eher sportives Design, und Gerry Weber spricht die mittleren Altersgruppen mit moderner Klassik an.

? Frage: Damit tritt der neue Bereich Vertrieb über Monolabel-Stores offenbar an die Stelle des Bereichs eCommerce, in den auch Sie mit großen Hoffnungen gestartet sind.

! Unkel: Nein, im Bereich eCommerce sind wir mit sehr vorsichtigen Prognosen gestartet und auf Basis unseres bereits seit 1990 erfolgreichen Versandgeschäfts. Der Internet-Shop für Klassische Musik und Jazz (www.onlybeck.de) mit einem Sortiment von inzwischen 80.000 CDs entwickelt sich nach dem umfassenden Relaunch mit Neustart am 23. August 2001 sehr positiv. Für 2002 erwarten wir ein Umsatzwachstum von 50 % bei nur noch maximal 0,2 Mio. € Verlust. Wir spüren hier ganz deutlich, dass wir als spezialisierter Nischenanbieter auch ohne große Marketingprogramme zunehmend bekannt werden.

? Frage: Bleibt die vierte Säule Ihrer Wachstumsstrategie, Akquisitionen. Was können Sie uns hierüber sagen?

! Münch: Wir sind natürlich weiterhin offen und interessiert, aber oberste Priorität hat in diesem und im nächsten Jahr die Expansion im Bereich Monolabel-Vertrieb. Dies umfasst natürlich auch kleinere Akquisitionen. So konnte die Ludwig Beck Vertriebs GmbH bereits mehrere bestehende Filialen übernehmen, um schneller zu wachsen.

? Frage: Da kann der Ausblick eigentlich nur erfreulich aussehen...

! Unkel: In der Tat. Konjunktur hin oder her – wir rechnen im Konzern mit einem deutlichen Umsatzzuwachs, zumal in 2002 und 2003 über einen Ausbau der Verkaufsflächen am Marienplatz auch ein quantitatives und qualitatives Umsatzpotenzial neu erschlossen wird. Auf der Ertragsseite ist unser Ziel eine weitere Steigerung der EBIT-Marge.

? Frage: Das klingt im aktuellen Konjunkturmfeld aber sehr ambitioniert. Ist das realistisch?

! Münch: Selbstverständlich, denn diese Planung basiert auf den bereits eingeleiteten Schritten. Mit ihnen wird Ludwig Beck seinen Wachstumskurs unabhängig von der aktuellen Branchenentwicklung weiter fortsetzen. Die momentane Konjunktur-Eintrübung wird übrigens auch nicht ewig andauern. Wir haben uns schon vor einiger Zeit ein klares Ziel gesteckt: Wir wollen das profitabelste und produktivste Kaufhaus Deutschlands werden. Und diesem Ziel dürften wir in diesem Jahr bereits sehr nahe kommen.

! Unkel: Lassen Sie mich noch einen wichtigen Punkt ergänzen: Nicht möglich wäre dieser Erfolg ohne den großen Einsatz und die hohe Qualität unserer Mitarbeiter, gerade auch in Zeiten, in denen wir Kosten senken und auch beim Personal sparen müssen. Dem Engagement unserer Mitarbeiter und ihrer ausgezeichneten Beratung verdanken wir eine bereits seit Jahren extrem hohe Kundenbindung.

? Frage: Eigentlich hatten Sie im vergangenen Jahr sogar Grund zum Feiern, da Ludwig Beck bereits 140 Jahre alt geworden ist, ein Alter, das nicht viele Unternehmen erreichen...

! Unkel: Ja, das ist richtig. Und wir wollten auch ordentlich feiern, die Plakate hingen schon für den 13. September. Doch nach dem Terror-Anschlag haben wir natürlich sofort alles abgesagt. Aber wir sind sicher, dass wir die Feier schon bald zum 145-jährigen Jubiläum nachholen können...

? Frage: Herr Unkel, Herr Münch, vielen Dank für das Gespräch, ein spannendes und erfolgreiches neues Geschäftsjahr – und noch viele schöne Jubiläumsfeiern.

LUDWIG BECK KONZERN



Konzernstruktur

Die Ludwig Beck AG hat im vergangenen Jahr eine Konzernstruktur etabliert, um die neuen Geschäftszweige unter anderem auch im Rahmen einer Segmentberichterstattung transparent abbilden zu können. Die neuen Geschäftszweige werden gesellschaftsrechtlich getrennt als separate Einheiten geführt.

Die Ludwig Beck-Gruppe ist nun klar nach den einzelnen Geschäftszweigen strukturiert:

- In der Ludwig Beck AG befindet sich das traditionelle Geschäft mit dem Haupthaus am Marienplatz und den »Ludwig Beck«-Filialen.
- In der Ludwig Beck Vertriebs GmbH setzt Ludwig Beck als Wachstumsturbo auf die Expansion mit Monolabel-Stores.
- Die ludwigbeck-online GmbH deckt den Bereich eCommerce ab.
- Die Ludwig Beck Beteiligungs GmbH hält den neu erworbenen Immobilienbesitz.

Unterhalb der Beteiligungs GmbH wurden aus rechtlichen Gründen zwei Gesellschaften gebildet: Die unternehmerische Führung der Feldmeier GmbH & Co. KG, die die Eigentümerin der Immobilie am Marienplatz ist, wird durch die Ludwig Beck Verwaltungs GmbH wahrgenommen, an der die Ludwig Beck AG ebenfalls mehrheitlich beteiligt ist.

Die Führungsstruktur ist bereits auf die neue Organisationsstruktur ausgerichtet, so dass das zusätzliche Umsatzwachstum mit der bestehenden Führungsmannschaft umgesetzt werden kann.



Wachstum im Stammhaus

Stillstand ist Rückschritt – Ludwig Beck ist immer in Bewegung. Einer unserer wesentlichen Erfolgsfaktoren ist das traditionsreiche >> Kaufhaus der Sinne<< am Top-Standort Marienplatz in München. Mit konsequentem strategischem Flächenmanagement optimieren wir stetig seinen Nutzen und erzielen seit Jahren weit überdurchschnittliche Quadratmeterumsätze. So haben wir 2001 die Kurzwarenabteilung in ein eigenes Geschäft im Nachbargebäude ausgelagert – das Ergebnis: begeisterte Kunden und Umsätze, die die Erwartungen übertreffen. Darüber hinaus konnten wir die frei gewordene Fläche an einen strategisch interessanten Partner vermieten: Das Telekommunikationsunternehmen Group3G mit der Marke >> Quam<< zieht junges, kaufkräftiges Publikum an.

Kontinuierlicher Ausbau im Stammgeschäft

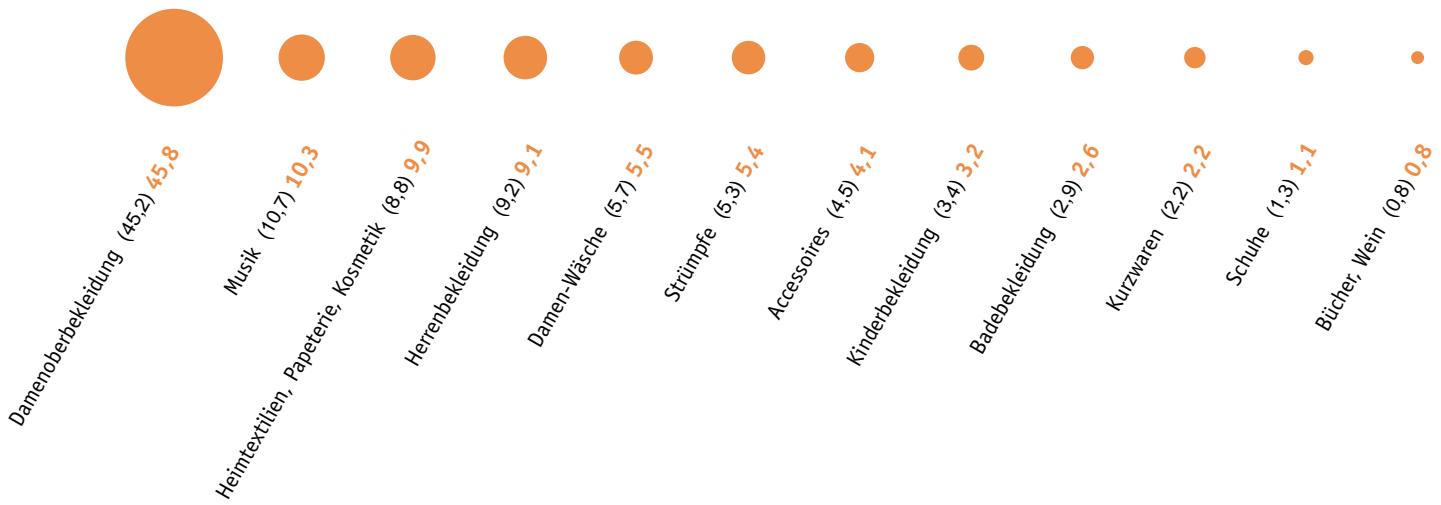
»Kaufhaus der Sinne« – ein einzigartiges Konzept

Die Ludwig Beck AG profitiert im Stammgeschäft von ihrem einzigartigen Konzept des »Kaufhaus der Sinne« sowie einer konsequent verfolgten Marketing- und Zielgruppenstrategie. Dank gezielter Investitionen, einem effizienten Flächenmanagement und einer systematischen Flächenerweiterung ist Ludwig Beck gerade im Stammhaus weiterhin sehr erfolgreich. Dies ist um so bemerkenswerter, als in der Münchener City im unmittelbaren Umfeld in den vergangenen 24 Monaten mehr als 20.000 Quadratmeter neue Flächen im hochwertigen Textil-Bereich entstanden sind.

Wachstum durch innovative Sortimentskonzepte

Durch innovative Konzepte und Sortimente gelang es Ludwig Beck auch im Jahr 2001 erneut, in einzelnen Bereichen große Erfolge zu erzielen. So setzten auch im schwachen konjunkturellen Umfeld mehrere, auf besondere Kundenbedürfnisse fokussierte Abteilungen von Ludwig Beck ihren Wachstumskurs fort. Dazu zählten u.a. der Kosmetik-Bereich »Hautnah«, der vom immer stärker werdenden Wellness-Boom profitierte und ständig neue Produktlinien präsentierte, die zum Teil exklusiv im Münchener Raum geführt werden, und die Abteilung »Mode in großen Größen«, die sich auf die Zielgruppe modisch orientierter Frauen mit einer Konfektionsgröße von 46 bis 54 konzentriert.

Umsatzverteilung nach Sortimenten (Marienplatz) 2000/2001
in %



Konsequentes Flächenmanagement

Ludwig Beck geht bei effizientem Flächenmanagement gelegentlich auch ganz unkonventionelle Wege: Die durch den Umzug der Kurzwarenabteilung frei gewordene Fläche von 200 qm im frequenzstarken Erdgeschoss des Stammhauses am Marienplatz wurde an das Telekommunikationsunternehmen Group3G vermietet. Seit 15. November 2001 werden dort in einer offenen Ladenumgebung Produkte und Mobilfunk-Dienstleistungen unter der Marke »Quam« präsentiert. Eine Partnerschaft zum beiderseitigen Nutzen: Die groß angelegte Werbekampagne von »Quam« zieht zusätzlich ein junges kaufkräftiges Publikum an und hat einen positiven Umsatzeffekt für die Ludwig Beck AG. Und durch die Flächenvermietung selbst wird ein deutlich positiver Ergebnisbeitrag realisiert.

Flächenerweiterungen im Stammhaus

Auch wenn es von außen gelegentlich so scheint: Das Potenzial des Stammhauses am Marienplatz ist noch längst nicht ausgereizt. Immer wieder ergeben sich interessante Ideen und Gelegenheiten für den Flächenausbau.

Beispiel 2001: Ludwig Beck nutzte kurzfristig die Gelegenheit einer Flächenerweiterung: Die erfolgreiche Kurzwarenabteilung wurde als eigenes Geschäft auf einer Fläche von 200 qm in einem Nachbargebäude ausgelagert. Die Kunden waren begeistert, die Umsatzziele wurden seit der Eröffnung übertroffen.

2002 geht es weiter: Die Aufstockung eines Teilbereiches im Wäschehaus um zwei weitere Etagen schafft eine zusätzliche Fläche von etwa 250 qm und sorgt für eine bessere Erschließung der umliegenden Räumlichkeiten. Die frei werdende Fläche wird an die Kosmetikabteilung gehen, eine der Wachstumsträger im Haupthaus. Weitere Veränderungen: Die Abteilung Damenwäsche zieht in den 1. Stock und wird komplett neu gestaltet. Kundinnen werden hier künftig ein erweitertes feminines Sortiment vorfinden. Im zweiten Stock finden sich künftig auch Papeterie und Heimtexilien, entsprechend dem aktuellen Trend Cocooning (»Ideen für Daheim«). Auch das Sortiment Geschenke wird zu einem neuen Bereich ausgebaut.

Durch zusätzliche Verlagerungen im Haupthaus entsteht eine neue Abteilung »Designer Sportive«, in der sportlich orientierte Designerkollektionen internationaler Prägung geführt werden, z.B. Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Belfe, Armani-Jeans, Escada-Sport, Robert Friedman, Nuala, Cambio.

Im Jahr 2003 können wir voraussichtlich noch mehr neue Verkaufsflächen und einen bisher als Lagerfläche genutzten Raum mit über 500 qm im 5. Stock erschließen und ausbauen.

Investitionen im Haupthaus 2002

Auch für 2002 werden eine Reihe von Investitionen die Attraktivität des Haupthauses weiter stärken. Die wichtigste Maßnahme: Ludwig Beck wird ein »Wellness-Haus« eröffnen. Gleichzeitig werden unsere Kosmetik- und Wellness-Linien auf Basis des bisherigen großen Erfolges erweitert. Künftig bieten wir auch spezielle Wellness-Anwendungen im Spa-Bereich. Insgesamt wird sich die Fläche für den Bereich »Hautnah« mehr als verdoppeln.

Einzigartiges Konzept »Kaufhaus der Sinne«

Schon an der Eingangstür merkt der Kunde, dass Ludwig Beck kein Geschäft wie jedes andere ist, sondern mit eigener Philosophie: »2 Minuten vor Ladenschluss – Herzlich willkommen!« Bei Ludwig Beck wird jeder Kunde auch kurz vor Ladenschluss noch individuell beraten – selbst wenn es einmal eine Viertelstunde länger dauert.

Im Kaufhaus Ludwig Beck ist manches anders – in Bedienung, Kompetenz, Sortiment und Einrichtung. Denn Ludwig Beck stellt seit jeher hohe Ansprüche an Kreativität, Individualität, Qualität, Modernität, aber auch Emotionalität. Die Tradition seit Gründung des Stammhauses im Jahre 1861 durch den Knopfmacher- und Posamentenmeister Ludwig Beck verpflichtet zu ständig neuen Ideen, Sortimenten und Innovationen.

Das Erfolgsrezept heißt: »Kaufhaus der Sinne«. Dieses Konzept vereint die Besonderheiten von Ludwig Beck. Es ist ein emotionales Versprechen, potenziert die Einzigartigkeit von Ludwig Beck und hat die Magie, das Publikum für Beck zu aktivieren.

Befragungen des Meinungsforschungsinstituts Infratest ergaben zahlreiche positive Assoziationen bei den Kunden: Ludwig Beck spricht alle Sinne an. Der Kunde kann etwas sehen, etwas riechen, etwas hören, etwas fühlen und sogar etwas schmecken. Er bekommt nicht nur Bekleidung, sondern mehr – ein Lebensgefühl, dass er nach Hause tragen kann. Die Atmosphäre ist angenehm, zum Wohlfühlen. Dafür sorgen auch die engagierten Mitarbeiter: Der Kunde wird kennnisreich und individuell beraten.

Kurzum: Einkaufen macht Spaß. Und Beck macht Lust zum Kaufen. Es ist eben mehr als ein Kaufhaus.



Wachstum mit Filialen

Speck und Mode passen nicht zusammen? Aus unserer Sicht schön! Ludwig Beck erfreut sich insbesondere in München und Umgebung eines hohen Bekannt- und Beliebtheitsgrads.

Wir wollen ihn kultivieren und unsere Kunden noch enger an uns binden mit Filialen im Münchener Speckgürtel: Seit September 2001 gibt es Ludwig Beck auch in der Augsburger >> City-Galerie<<, für 2003 ist die Eröffnung eines Geschäfts in den >> Riem-Arcaden<< geplant.

Filialisierung:

Weitere Neueröffnungen von Ludwig Beck Filialen geplant

Neue Filiale in München-Riem für 2003 geplant

Eine weitere Säule der Wachstumsstrategie 2004 der Ludwig Beck AG ist das Filialisierungskonzept: Die Ludwig Beck AG wird mit diesem Konzept in den bestehenden Filialen ein höheres Umsatzpotenzial ausschöpfen und zusätzlich weitere Filialen eröffnen. So wurde im vergangenen Jahr die Anmietung eines weiteren Filialstandorts im geplanten Einkaufszentrum der Messestadt Riem (»Riem-Arcaden«) mit 1.000 qm Verkaufsfläche vereinbart. Die Eröffnung ist für 2003 vorgesehen, Einzugsgebiet der gesamte Münchner Osten. Das neue Konzept ist auf Filialen in der Größe zwischen 1.000 und 2.000 qm zugeschnitten, bevorzugt in Einkaufszentren.

Das Filialsortiment besteht aus bekannten modisch führenden Markenkollektionen und bietet doch – wie immer bei Ludwig Beck – mehr: Beck ist individueller und kreativer. Beck offeriert Varianten, Alternativen, Quer-Nutzen. Die Kunden können Marken und Lifestyle selbst kombinieren. Beck bietet Selbstverwirklichung zu moderaten Preisen. Bereits umgesetzt ist das neue Filialkonzept in der 1.300 qm großen Münchner Filiale im Einkaufscenter Neuperlach »pep« und in der neuen Augsburger Filiale.

Neue Filiale Augsburg

Die neue Filiale in Augsburg mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 qm wurde am 05. September 2001 planmäßig rechtzeitig vor dem wichtigen Herbst- und Weihnachtsgeschäft mit einem attraktiven, auf Familien ausgerichteten Sortiment eröffnet und erreichte in den Eröffnungstagen eine hohe Besucherfrequenz. Die Stimmungswende nach dem 11. September sorgte jedoch dafür, dass sich der neue Standort in den ersten Wochen noch nicht voll durchsetzen konnte. Wir sind zuversichtlich, dass sich der Standort schon bald erfolgreich etablieren kann.

Schließung der Filiale Hamburg

Die nicht mehr in unsere Unternehmens-Strategie passende Filiale in Hamburg wurde zum 30. September 2001 geschlossen. Mit dem Nachmieter wurde eine angemessene Abstandszahlung an die Ludwig Beck AG für die Übernahme des bestehenden Mietvertrags vereinbart. Das Engagement in Hamburg konnte dadurch ohne zusätzliche Belastungen beendet werden.



LUDWIG BECK

s.Oliver®

Expansion mit Monolabel-Stores

Nur wo Beck drauf steht, ist auch Beck drin.
Stimmt nicht mehr.

Mit unserer neu gegründeten 100%igen Tochtergesellschaft >> Ludwig Beck Vertriebs GmbH<< profitieren wir vom wachstumsstärksten Segment im textilen Einzelhandel, den Monolabel-Systemen: Sie wird im Rahmen strategischer Partnerschaften als Franchisenehmer verschiedener Marken eigene >> Monolabel-Stores<< betreiben.

Seit Anfang 2002 hat die Vertriebs GmbH bereits mehrere S.Oliver- und einen Gerry Weber-Stores neu eröffnet bzw. übernommen.

Monolabel-Stores:

Zusatzwachstum über erfolgreiche Franchisekonzepte

Monolabel-Stores verzeichnen das höchste Wachstum im textilen Einzelhandel

Ob als Shop-in-Shop-System oder als eigene Franchise-Systeme: Die so genannten Monolabel-Stores sind das Segment mit dem höchsten Wachstum im textilen Einzelhandel der vergangenen Jahre. Beispiel S.Oliver: Der Hersteller aus Rottendorf bei Würzburg erwirtschaftet bereits jeden dritten Euro Umsatz auf System-Flächen. Bis Ende 2001 hat S.Oliver in Deutschland 29 eigene Stores, 104 von Handels-Partnern betriebene Franchise-Geschäfte und rund 490 Shops. Im Handel erreicht das Unternehmen nach eigenen Angaben zwischen 6.100 und 6.600 € Umsatz pro Quadratmeter.

Der Vertrieb von Textilherstellern wie S.Oliver oder Esprit lief ursprünglich über so genannte »shop-in-shops«, kleinere Verkaufsecken innerhalb der großen Kaufhäuser – zunehmend auch über Franchisenehmer, die ein eigenständiges Geschäft unter dem Namen der Marke führten. Seit Ende der neunziger Jahre haben die markenorientierten Textilproduzenten aber immer mehr ihre Wertschöpfungskette erweitert: Vom Design über die Produktion bis hin zum Verkauf – alles läuft innerhalb des Unternehmens ab. Für den Vertrieb sorgt ein breites Netz von image- und markestärkenden Flagship-Stores an illustren internationalen Einkaufsstraßen bis hin zu kleinen Franchise-Shops in Kleinstädten.

Steigerung der Markenbekanntheit

Klassische Designer hochwertiger Sortimente haben ihre Produkte schon immer gerne in eigenen Läden präsentiert. Ein Megastore umfasst das gesamte Waren sortiment – inklusive der zunehmenden Lizenzprodukte wie Schuhe, Accessoires und Schmuck – und kann so ideal die gesamte Firmenphilosophie vermitteln. Ein exquisiter Ladenbau dient als imagebildender oder -stärkender Faktor.

Weiterer Vorteil der Stores sind kurze und teilweise branchenuntypische Lieferrhythmen. Die meisten Konzepte arbeiten im monatlichen Kollektions-Rhythmus, manche sogar im Zwei-Wochen-Rhythmus. Stets erscheinen neue Kollektionen, so dass die Läden immer aktuell sind.

Entscheidend ist aber: Der Bekanntheitsgrad der Marke wird durch Megastores, Shop-in-Shop-Systeme und Franchise gesteigert – und umgekehrt unterstützt die breite Markenwerbung die Stores vor Ort.

Erfolgreiche Franchise-Systeme »powered by Ludwig Beck«

Mit diesem Schritt ist Ludwig Beck der Einstieg in den Wachstumsmarkt der Vertriebssysteme Monolabel-Stores gelungen, der das bestehende erfolgreiche Geschäft in der Multilabel-Linie durch weitere Umsatz- und Ergebnisbeiträge ergänzt.

Um an dem Sonderwachstum durch Monolabel-Stores (Produktion und Handel unter einer Marke) zu partizipieren, hat die Ludwig Beck AG die Ludwig Beck Vertriebs GmbH als 100%ige Tochtergesellschaft gegründet: Im Rahmen einer strategischen Partnerschaft wird die neue Gesellschaft als Franchise-Nehmer verschiedener Marken eigene Läden betreiben. Der erste S.Oliver-Laden hat Ende Februar auf einer Fläche von 250 qm in Memmingen eröffnet, zum 01. März wurden zwei bestehende S.Oliver-Filialen in Regensburg übernommen, und Mitte April wurden im neuen EKZ Regensburg ein weiterer S.Oliver-Laden und ein »House of Gerry Weber« eröffnet.

Ludwig Beck kann fortan die Vorteile dieser Vertriebsform, unterstützt durch die eigene Sortimentskompetenz, gezielt nutzen.

Esprit – das Original im Young-Fashion-Markt

Mit der Philosophie, Mode als Lebensgefühl zu erkennen, ist Esprit seit über 30 Jahren das Original im Young-Fashion-Markt. Was als Freizeitmode mit kalifornischem Lifestyle-Charakter in den 70er Jahren startete, entwickelte sich schnell zur Marke mit globalem Erfolg. Das charakteristische Esprit-Logo hat sich weltweit zu einem der Markenlogos mit dem höchsten Wiedererkennungswert entwickelt.

Die Esprit-Attribute selbstbewusst, natürlich, modern und sinnlich werden in sechs Kollektionen mit zwölf Auslieferungen pro Jahr umgesetzt: Women Casual & Collection, Men Casual & Collection, Kids, Shoes, Accessories, Esprit Sports sowie edc by Esprit mit zwölf und Bodywear mit vier Kollektionen jährlich.

Das charakteristische Erscheinungsbild am Point of Sale sowie hervorragende Passformen und Qualität zu demokratischen Preisen machen die unverwechselbare Identität von Esprit aus. In starker Fokussierung auf das Produkt und das Preis-/Leistungsverhältnis investiert Esprit kontinuierlich in Qualität.

Erfolgreiche Lizenzpartnerschaften unterstreichen zudem den globalen Ausbau zum Lifestyle-Konzern. In Kooperation mit marktstarken, weltweit agierenden Unternehmen werden Esprit timewear, jewel, eyewear, socks & tights sowie Esprit toys und Esprit home realisiert. Daneben gibt es seit 2001 die Duft- und Pflegeserie Esprit scents & senses.

Mit europaweit 115 eigenen Stores sowie knapp 150 Franchise-Partnern und über 1.000 Shop in Stores hat Esprit eine herausragende Marktpräsenz erreicht.

House of Gerry Weber

Gerry Weber gehört zu den größten Unternehmen der Bekleidungsindustrie, ist seit vielen Jahren börsennotiert und wird jetzt in den MDAX wechseln.

Im Partner-Store-Konzept von Gerry Weber werden die Linien Gerry Weber, Gerry Weber Edition, Samoon, Taifun und Court One präsentiert. Gerry Weber ist die Kernmarke des Konzeptes, eine Coordinate-Kollektion, angesiedelt im oberen Segment der gehobenen Mitte für die gestandene, modebewusste Frau, die für jeden Anlass – von morgens bis abends – das






perfekte Outfit finden will. Gerry Weber Edition bietet ständig modische Einzelteile in einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis. Taifun ist das jüngere Business-Label und hat ein Gespür für aktuelle Themen und Modetrends im jungen, kommerziellen Marktsegment. Court One ist die sportive Abrundung des Angebots und ergänzt mit vielseitigen Kombi-Themen die Marke Gerry Weber. Samoon steht für eine lässige Kombimode für große Größen und bietet modische Schnitte in perfekter Passform in einem noch nicht besetzten Nischenmarkt.

Alle Marken garantieren mit ihren Monatskollektionen im 14-tägigen Lieferrhythmus jederzeit ein aktuelles Angebot. Lifestyle-Artikel, wie Taschen und weitere Accessoires, runden das Angebot ab.

S.Oliver – Lifestyle für die ganze Familie

S.Oliver ist auf dem besten Weg, sich als internationale Lifestyle-Marke zu etablieren. Unterstützt wird dies ab März 2002 durch eine breit angelegte Dachmarkenkampagne mit emotionalen TV-Spots und innovativen Printanzeigen in ausgewählten Titeln der Mode- und Publikums presse. Geboten wird nicht nur Mode, sondern eine komplette Lifestylewelt für die ganze Familie. Von Klein bis Groß kann gewählt werden zwischen neun S.Oliver Produktlinien. Passend dazu gibt es zehn Lizenzprodukte, von der Socke über Parfum bis hin zur Bettwäsche.

S.Oliver greift aktuelle Trends auf und setzt diese modisch und in bestem Preis-/Leistungsverhältnis um. Durch monatliche Kollektionen ist immer die richtige Ware zum richtigen Zeitpunkt im Laden erhältlich. Hohe Marktpräsenz wird durch 29 eigene Megastores, 110 Stores mit Partnern und knapp 500 Shops erreicht.



TOMMY HILFIGER

Tommy Hilfiger: »Kleidung sollte Spaß machen, eine kreative, wirkungsvolle Ausdrucksform der eigenen Individualität sein. Meine Kollektionen beziehen sich auf die vielen Aspekte des persönlichen Lebensstils.«

Die weltweit anerkannten Kreationen von Tommy Hilfiger sind der Inbegriff der Kreativität und Vielfalt Amerikas. Seine Kollektionen verkörpern eine wahre Stilvielfalt, die von klassisch schlichter Eleganz bis hin zur aktuellen Business-Mode reicht. Seine Mode mit dem rot-weiß-blauen Logo ist zum Symbol des »All-American«-Lebensgefühls geworden.

1969 eröffnete er mit einem ausgeprägten Gespür dafür, was den Käufern gefällt, seinen eigenen Laden People's Place im Norden des Staates New York. Als Autodidakt begann er damit, genau die Mode zu entwerfen, die seine Kunden suchten, jedoch nirgendwo fanden.

1984 stellte er seine erste eigene Kollektion vor. Schon damals wurde Hilfiger als der neue führende Designer für Herrenmode angekündigt. Seine gesamten Lifestyle-Kollektionen für Herren, Damen, Kinder und Wohn-Accessoires bilden eine einzigartige Synthese aus Klassik und neuesten Modetrends.

Die Produkte von Tommy Hilfiger werden weltweit in guten Warenhäusern, in eigenen Läden und Fachgeschäften vertrieben. Das Unternehmen verfügt über eigene Geschäfte in exquisiten Lagen der Weltstädte. Als nächstes folgt die Eröffnung von Tommy Hilfiger Geschäften in ganz Europa. Das erste dieser Geschäfte wurde Anfang 2001 auf einer der Haupteinkaufsmeilen in Amsterdam eröffnet. Im März 2001 wurde ein Geschäft in Antwerpen/Belgien eröffnet. Zwei Geschäfte sind in Italien hinzugekommen. Nun erfolgt auch der Start in Deutschland, zunächst in Düsseldorf, dann mit einem der ersten Franchise-Geschäfte, 2003 zusammen mit der Ludwig Beck Vertriebs GmbH.



Erfolgreich mit eCommerce

Bei Ludwig Beck spielt die Musik: Wir sind nicht nur deutscher Marktführer bei Klassik und Jazz, sondern bieten darüber hinaus – mit Mitarbeitern, von denen viele >> nebenbei << Musiker sind – kompetente Beratung.

Das gesamte Beck-Sortiment mit zurzeit über 80.000 CDs gibt es seit dem Relaunch zum August 2001 auch in unserem Online-Shop www.onlybeck.de. Hier können Liebhaber aus aller Welt ihre Lieblingseditionen bequem online bestellen – ein Angebot, für das wir bereits 10.000 aktive Kunden registriert haben und das täglich über 300 Besucher anzieht.

www.onlybeck.de:

Bei Ludwig Beck spielt die Musik

Sinnvolle Ergänzung des Stammgeschäfts

Als dritte der vier langfristigen Wachstumssäulen hat Ludwig Beck das Geschäftsfeld eCommerce gestartet: Über das Internet wird der Markenname Ludwig Beck auch europaweit vermarktet. Über den Shop unter der Internetadresse www.onlybeck.de ist das gesamte kompetente Beck-Sortiment für Jazz und klassische Musik mit inzwischen 80.000 CDs im Internet verfügbar.

Musik spielt seit langem eine wichtige Rolle in unserem Angebot: Die 1988 eröffnete Fachabteilung für klassische Musik bietet auf 320 qm Verkaufsfläche im vierten Stock mehr als 60.000 Titel – und kann auf eine stolze Bilanz zurückblicken: Der Marktanteil bei klassischer Musik beträgt rund 4 %, wohlgernekt auf ganz Deutschland bezogen. Mit einem Umsatz von mehr als 7 Mio. € pro Jahr ist Ludwig Beck Deutschlands größter Einzelanbieter in klassischer Musik.

Auch die Bereiche Jazz und Weltmusik halten die größte Auswahl in ganz Deutschland bereit: Die 1989 gestartete Jazzabteilung umfasst mehr als 20.000 verschiedene Titel. Die 1991 hinzugekommenen Bereiche Weltmusik, Musical, Soundtracks und Literatur erweitern das Sortiment noch einmal um mehr als 10.000 Titel. Bei Jazz und Weltmusik sind wir mit rund 8 % bundesweitem Marktanteil ebenfalls Deutschlands größter Anbieter in diesem Bereich.

Ludwig Beck setzt auch im nicht immer einfachen Internet-Geschäft auf solides Wachstum. Bei Ludwig Beck ergänzt der eCommerce-Vertrieb das Stammgeschäft: Wir bauen auf einer funktionierenden Infrastruktur und

Logistik auf, die wir zunächst im traditionellen Versandhandel erprobt haben, und richteten uns zunächst an Kunden, die unser Geschäft von gelegentlichen Besuchen bereits kennen.

Mit der Reputation als deutscher Marktführer in den Sortimentsbereichen Klassische Musik und Jazz und den ersten Erfahrungen im traditionellen Versandhandel mit CDs haben wir uns inzwischen als Spezialanbieter auch im Internet einen Namen gemacht.

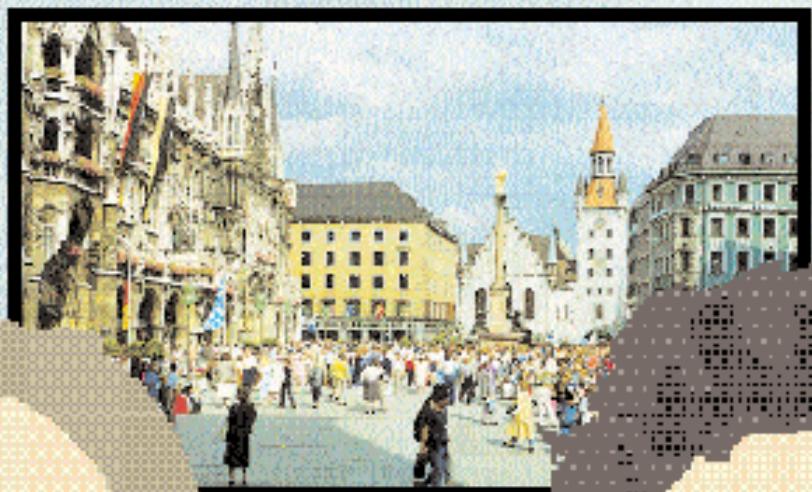
Effiziente technologische Basis

Die anfangs geplante Realisierung des Shops mit einem Internet-Shop-System von einem weltweit führenden Anbieter für eBusiness-Lösungen stieß auf eine Reihe von technischen Schwierigkeiten, die nicht zufriedenstellend behoben werden konnten. Der Internet-Shop wurde daraufhin am 25. April 2001 vom Netz genommen. Die ludwigbeck-online GmbH konnte die Sondierungsgespräche mit dem früheren Technikpartner im Sommer in gegenseitigem Einvernehmen abschließen, so dass die bereits erfolgte Rückstellung für mögliche Risiken wieder aufgelöst werden konnte.

Zusammen mit CashKit Krefeld als neuem Technikpartner konnte in der Zwischenzeit eine neue Shoplösung mit einer Investition von weniger als 100.000 € realisiert werden. Am 23. August 2001 ging www.onlybeck.de nach einem umfassenden Relaunch mit einem neuen Web-Auftritt und erprobten Funktionalitäten online. Das Sortiment wurde auf knapp 80.000 CDs – Klassische Musik und Jazz – erweitert, und ist damit das unseres Wissens umfangreichste Angebot in diesen Segment im Internet. Die Benutzerführung wurde deutlich verbessert und vereinfacht. Hinter dem Web-Auftritt steht eine hervorragende, flexible Datenbankstruktur.

Der Erfolg: www.onlybeck.de zählte Ende 2001 bereits ohne Marketingaufwand über 300 Besucher täglich. Genutzt wird die gesamte Tiefe des Sortiments. Die durchschnittliche Verweildauer auf den onlybeck-Seiten beträgt rund 8 Minuten. Unseren eMail-Newsletter und die monatlich erscheinenden Angebotslisten haben bereits mehr als 10.000 Kunden abonniert.

Es ist damit gelungen, eine effektive Lösung zu entwickeln und die hohen Anforderungen von Kunden und Betreiber an Funktionalität, Performance, Suche- und Bestellkomfort künftig reibungslos zu erfüllen.



Langfristige Standortsicherung

Der Marienplatz gehört uns. Zumindest ein Teil davon: Die neu gegründete Ludwig Beck Beteiligungs GmbH hat die Mehrheit an der Gesellschaft erworben, die Alleineigentümer unseres Stammhauses am Marienplatz ist.

Damit haben wir neben einer 140-jährigen Tradition unseren Top-Standort in einer der begehrtesten Einzelhandelslagen Europas langfristig gesichert.

Standortsicherung:

Mehrheitserwerb an der Immobilie am Marienplatz

Hohes Wertsteigerungspotenzial

Eine langjährige vertrauensvolle Partnerschaft wurde im vergangenen Jahr durch eine Beteiligung am Herzstück von Ludwig Beck gekrönt: Die Ludwig Beck AG hat die Mehrheit an der Immobilie des Stammhauses von Ludwig Beck am Marienplatz in München erworben, in der Ludwig Beck seit 1861 ansässig ist. Möglich wurde der Mehrheitserwerb durch die langjährige und bewährte Partnerschaft zu dem bisherigen Alleineigentümer, der Familie Feldmeier, die bis 1982 auch den Betrieb im Stammhaus geführt hatte. Damit konnte sich die Ludwig Beck AG ihren Top-Standort in einer der begehrtesten Einzelhandelslagen Europas langfristig sichern.

Durch diesen zentralen strategischen Schritt partizipiert Ludwig Beck künftig am hohen Wertsteigerungspotenzial der Immobilie, die in den kommenden Jahren zur Bildung erheblicher stiller Reserven führen wird. So wurde erst kürzlich in einem Gutachten der Landeshauptstadt München der Bodenwert für den Marienplatz mit ca. 45.000 € je qm neu ermittelt.

Die Grundstücksgröße des Stammhauses am Marienplatz beträgt rund 1.800 qm. Zugleich dürfte die Beteiligung bereits in einem überschaubaren Zeitraum positive Erträge für die Ludwig Beck AG erbringen. Im Jahr 2002 soll eine Anfangsrendite von 5 % erzielt werden.

Gründung der Ludwig Beck Beteiligungs GmbH

Aus gesellschaftsrechtlichen Gründen wurde die Beteiligung von 50,1 % an der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG rückwirkend zum 01. September 2001 über die neu gegründete Ludwig Beck Beteiligungs GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der Ludwig Beck AG, eingegangen. Die Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG ist Alleineigentümer des Stammhauses der Ludwig Beck AG am Marienplatz. Die unternehmerische Führung der Feldmeier GmbH & Co. KG wird durch die eigens und ausschließlich zu diesem Geschäftszweck gegründete Ludwig Beck Verwaltungs GmbH, an der die Ludwig Beck AG ebenfalls mehrheitlich mit 50,2 % beteiligt ist, wahrgenommen.

Der Beteiligung lag eine Bewertungsbasis von rund 65 Mio. € zugrunde; das Engagement wurde zum größten Teil über die Aufnahme von Grundschulden auf die Immobilie im Volumen von 17,9 Mio. € fremdfinanziert. Um das derzeit niedrige Zinsniveau zu nutzen, wurde der Zinssatz für den Großteil der Hypothek auf 20 Jahre festgeschrieben.

Einzigartiger Standort Marienplatz

Seit mehr als 140 Jahren hat Ludwig Beck seinen Hauptsitz am Münchner Marienplatz: Im Jahre 1861 gründete der Knopfmacher- und Posamentenmeister Ludwig Beck einen Laden mit Werkstatt in der Dienerstraße, eingangs Marienplatz. Der Marienplatz ist das historisch gewachsene Zentrum der Landeshauptstadt München. Er gehört mit täglich rund 500.000 Besuchern zu den am meisten frequentierten Plätzen europäischer Städte und ist einer der bedeutendsten Einzelhandels-Standorte in Europa.

Ideal ist seine Verkehrslage als Schnittpunkt aller S-Bahn-Linien und der wichtigsten U-Bahn-Verbindungen: 80 % der Besucher kommen mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Mit den touristischen Attraktionen Rathaus mit Glockenspiel, Mariensäule und »Altes Rathaus« ist der Marienplatz auch das Ziel aller auswärtigen Besucher – ein Platz höchster urbaner Qualität.

Die Ludwig Beck AG hat in den vergangenen Jahren mehr als 10 Mio. € in den Standort Marienplatz investiert und seit 1997 mehr als die Hälfte der Fläche neu gestaltet. Die Produktivität liegt mit über 7.600 € je qm Verkaufsfläche deutlich über den Quadratmeterumsätzen vergleichbarer Einzelhandelsunternehmen, die meist nicht mehr als 5.100 € erreichen.

Mit dem Standort München Marienplatz ist Ludwig Beck ideal positioniert. Mit 1,3 Millionen Einwohnern in der Stadt und insgesamt 2,6 Millionen im Großraum ist München eine europäische Metropole von hoher Attraktivität für moderne Industrien, Medien, Handel und Dienstleistung. Als Messe- und Touristenstadt zieht München jährlich 3,2 Millionen Übernachtungsgäste und weitere 52 Millionen Tagesgäste an. München wird mit Recht als »Boomtown« bezeichnet. Nirgendwo ist der Grad der Beschäftigung derartig hoch. Mit einem bis 2007 prognostizierten jährlichen Wirtschaftswachstum von 5 % und 166.000 neuen Arbeitsplätzen ist München die am stärksten wachsende Region Deutschlands. München gehört mit einer Kaufkraftkennziffer von 132,4 zusammen mit fünf weiteren Umlandkreisen zu den zehn kaufkraftstärksten Regionen. Auch die Umsatzkennziffer von 158,6 belegt die hohe Zentralität als Einkaufsstadt auch für das Umland. München ist eine Einkaufsstadt für alle Sinne und von hoher Attraktivität – urban, lebensfroh und aktuell.

Diesen einzigartigen Standort hat sich die Ludwig Beck nun langfristig durch die mehrheitliche Übernahme der Immobiliengesellschaft gesichert.

INHALT

36

Die Aktie

40

Lagebericht

52

Jahresabschluss

- 52 Bilanz AG
- 53 Gewinn- und Verlustrechnung AG
- 54 Entwicklung des Anlagevermögens AG

- 56 Konzern-Bilanz
- 57 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 58 Entwicklung des Konzernanlagevermögens

60

Anhang

- 60 Allgemeine Angaben
- 63 Angaben und Erläuterungen zur Bilanz
- 68 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- 70 Segmentberichterstattung
- 71 Sonstige Angaben
- 75 Bestätigungsvermerk

Investor Relations

Aktie

Ludwig Beck-Aktie schlägt SDAX [s 36]

Zufriedenheit mit Segment SMAX [s 37] Dividende weiter steuerfrei [s 37] Hauptversammlung am 10. Mai 2001 [s 38] Aktienrückkauf-Programm fortgeführt [s 38] Aktionärsstruktur [s 38] Die Ludwig Beck-Aktie: Ein attraktives Investment [s 39] Aktive Investor Relations [s 39]

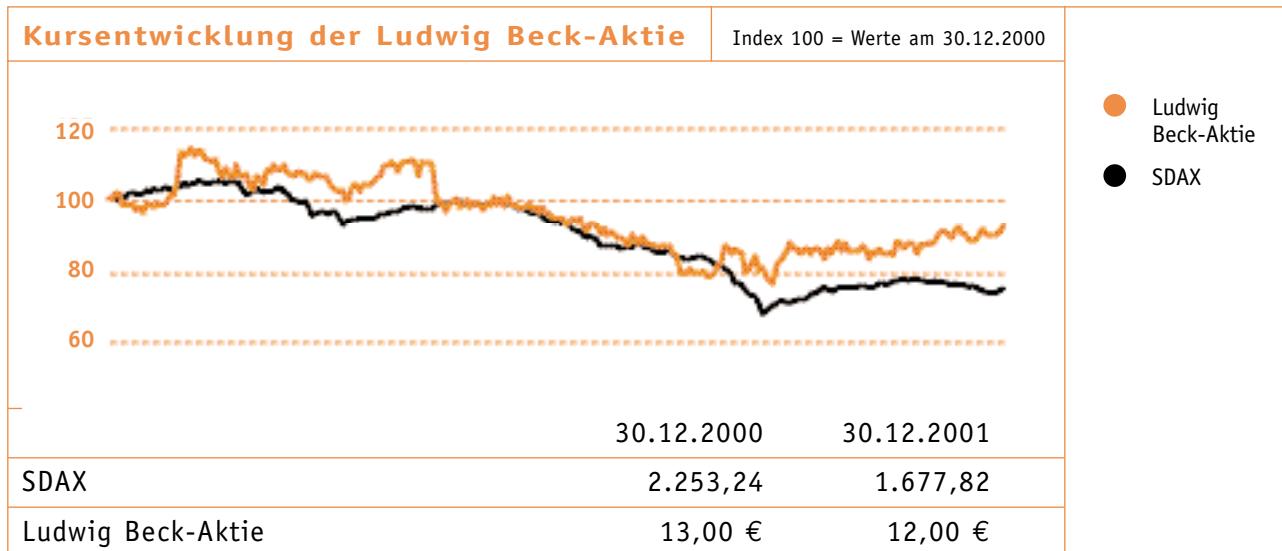
Ludwig Beck-Aktie schlägt SDAX

Der deutsche Aktienmarkt erlebte 2001 eines der verlustreichsten Jahre seiner jüngeren Geschichte. Hauptgrund für die Kursrückschläge war das Abgleiten der Weltwirtschaft in eine Rezession. Damit musste der Aktienmarkt erstmals seit den Abschlägen der Jahre 1973 und 1974 – ausgelöst von der ersten Ölkrise – wieder zwei aufeinander folgende Verlustjahre hinnehmen.

Besonders die Werte aus Hightech und New Economy gerieten in einen erneuten Abwärtsstrudel, aber auch die Verluste des Deutschen Aktienindex (DAX) fielen mit 19,8 % – dem höchsten Jahresverlust seit 1990 –

wesentlicher größer aus als zwölf Monate zuvor mit minus 7,5 %. Die Abschläge erstrecken sich auf nahezu alle DAX-Werte.

Über das gesamte Jahr gesehen konnte sich die Ludwig Beck-Aktie dem negativen Trend am Markt nicht entziehen. Von einem Jahreshöchstkurs von 14,40 € im Februar 2001 fiel der Kurs bis Mitte September auf ein Allzeit-tief von 9,70 €, bevor er sich gegen Jahresende wieder auf einen Jahresschlussstand von 12,00 € erholt. Insgesamt schnitt die Ludwig Beck-Aktie im Jahres-vergleich besser ab als der SDAX (minus 23 %).



Seit Jahresbeginn 2002 pendelt der Aktienkurs zwischen 12,00 € und 13,00 €. Auch hier bewegt sich die Aktie im Einklang mit der derzeitigen allgemeinen Situation am Markt.

Das durchschnittliche Handelsvolumen betrug rund 3.500 Stück pro Tag. Der Großteil der Umsätze entfiel auf den Parketthandel Frankfurt mit 41,9 %, gefolgt von Xetra mit 26,5 %.

Zufriedenheit mit Segment SMAX

Die Ludwig Beck AG ist von Beginn an im von der Deutschen Börse initiierten Qualitätssegment SMAX für Nebenwerte notiert, das am 26. April 1999 startete. Der SMAX stellt hohe Anforderungen an Liquidität, Betreuer, Transparenz und Investor Relations. Ludwig Beck ist auch Mitglied im SDAX, dem Segment der 100 größten Nebenwerte im SMAX. Designated Sponsor ist die HypoVereinsbank AG, München (Rating: AA).

Trotz der jüngst aufgekommenen Kritik von Unternehmen am SMAX und einigen Austritten ist die Ludwig Beck AG zufrieden mit diesem Aktiensegment. Nicht zuletzt durch die Aufnahme in dieses Segment erreichen wir eine breitgestreute internationale Anlegerschaft mit einem hohen Anteil institutioneller Investoren. Wir werden uns mit dem Jahresabschluss 2002 auch den erhöhten Anforderungen eines internationalen Berichtswesens nach IAS stellen. Mit dem Abschluss zum 1. Quartal 2002 werden wir eine Überleitungsrechnung erstellen.

Dividende weiter steuerfrei

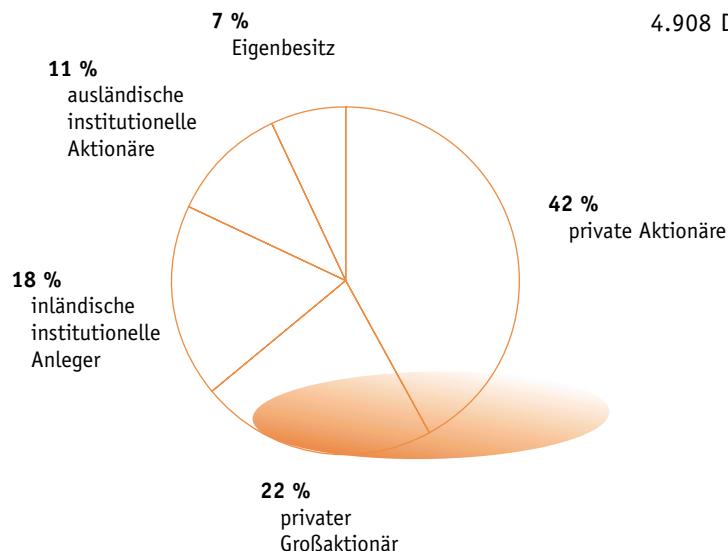
Die Dividende der Ludwig Beck AG bleibt auch in Zukunft für Anleger steuerfrei. Nachdem die Steuerreform ab 2001 das so genannte »Halbeinkünfte-Verfahren« eingeführt hat, war es zunächst unsicher, ob davon auch die Dividendenzahlungen der Ludwig Beck AG betroffen sind. Eine verbindliche Auskunft der Steuerbehörden auf Anfrage von Ludwig Beck brachte Klarheit: Die Dividendenzahlungen der Ludwig Beck AG sind für die Anleger grundsätzlich steuerfrei. Derzeit besteht noch ein Verlustvortrag von 19 Mio. € bei der Körperschaftssteuer.

Die Ludwig Beck AG schlägt für das Geschäftsjahr 2001 eine Dividende von 0,87 € je Aktie vor, die somit steuerfrei bleibt. Damit ergibt sich für die Aktie zum Jahreschlusskurs von 12,00 € eine Netto-Rendite von 7,25 %.

Hauptversammlung am 10. Mai 2001

Die Hauptversammlung am 10. Mai in München wurde von mehr als 650 Aktionären besucht, die 52 % des Kapitals vertraten. Alle Punkte der Tagesordnung wurden nahezu einstimmig angenommen, darunter auch die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien. Danach kann der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 31. Oktober 2002 einmalig oder mehrfach bis zu einem Volumen von 10 % des Grundkapitals eigene Aktien für die Gesellschaft erwerben. Das neue Aktienrückkauf-Programm wurde Ende Mai gestartet. Die Hauptversammlung stimmte außerdem einer Dividendenzahlung von 0,87 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2000 zu, die aufgrund bestehender Verlustvorträge für den Anleger steuerfrei war.

Aktionärsstruktur



Aktienrückkauf-Programm fortgeführt

Die Ludwig Beck AG hat ihr von der Hauptversammlung am 10. Mai genehmigtes Aktienrückkauf-Programm weiter fortgeführt. Der Rückkauf erfolgte ab 17. Mai 2001 über die Börse. Der Kaufkurs lag zwischen 9,50 € und 12,80 € bei einem Durchschnittskurs von 10,36 €. Am 22. August wurde die Stimmrechtsschwelle von 5 % überschritten. Per 31. Dezember 2001 belief sich der Besitz eigener Anteile auf 238.438 (Vorjahr: 158.580) Aktien. Dies entspricht 7 % des Aktienkapitals.

Aktionärsstruktur

Die Aktien der Ludwig Beck sind international gestreut; der Streubesitz liegt fast zur Hälfte in den Händen von institutionellen Investoren. Das ergab eine Erhebung der Aktionärsstruktur über die Depotbanken zum Stichtag 30. September 2001, die auf 3.232 Millionen Meldungen basiert. Das entspricht bei insgesamt 3,36 Millionen Aktien einer Rücklaufquote von 96,1 %. Der Streubesitz der Ludwig Beck AG beträgt 71 %: davon sind 29 % institutionelle Investoren (11 % ausländische Institutionelle), 42 % der Aktien werden von privaten Aktionären gehalten. In fester Hand sind die Aktien eines privaten Großaktionärs (22 %). Hinzu kommen 7 % der Aktien in Eigenbesitz. Insgesamt wurden 4.908 Depots gemeldet.

Die Ludwig Beck-Aktie: Ein attraktives Investment

Die Ludwig Beck-Aktie ist eine attraktive Anlage mit stabilen Erträgen, einer aktionärsfreundlichen Ausschüttungspolitik und einer überdurchschnittlichen Dividendenrendite.

Für ein Investment spricht insbesondere:

- wertorientierte Unternehmenspolitik
- beschleunigtes Umsatzwachstum durch Einstieg in den Vertrieb mit Monolabel-Stores
- solide Ertrags- und Finanzlage, verstärkt durch den Erwerb der Immobilie am Marienplatz
- exzellente Positionierung im Markt
- kontinuierlich hoher Cash-flow und Ergebnis
- hohe Dividendenrendite
- aktive Investor Relations

Aktive Investor Relations

Die Ludwig Beck AG hat auch im vergangenen Jahr durch aktive Investor Relations das Vertrauen aktueller und potentieller Investoren in Unternehmen und Aktie nachhaltig ausgebaut und gefestigt. Die Investoren erhalten alle relevanten Informationen, um sich ein fundiertes Bild über den fundamentalen Wert der Ludwig Beck-Aktie zu machen und eine angemessene Bewertung zu treffen. Um dies sicherzustellen, kommunizieren wir offen, umfassend und zeitnah über die laufende Ertragslage, Strategie und Wertentwicklung im Unternehmen. So wurden im vergangenen Jahr der nach einem starken Januar enttäuschende Verlauf des ersten Quartals kommuniziert und die Umsatz- und Ertragsprognose für das Gesamtjahr unverzüglich korrigiert. Insgesamt wurden im vergangenen Jahr 11 aktionärsrelevante ad hoc- bzw. Pressemitteilungen veröffentlicht und an unseren Verteiler institutioneller und privater Aktionäre verschickt.

Kennzahlen zur Aktie

	2001	2000
DVFA-Ergebnis je Aktie (Konzern)	0,78 €	0,83 €
Dividende	0,87 €	0,87 €
Jahresendkurs	12,00 €	13,00 €
Höchstkurs	14,40 €	15,98 €
Tiefstkurs	9,70 €	12,10 €
Börsenkapitalisierung	40,3 Mio. €	43,7 Mio. €
Dividendenrendite	7,25 %	6,7 %
Reuters-Kürzel	ECK	
WKN	519 990	
Handelsplätze	Amtlicher Handel München und Frankfurt, Xetra, Freiverkehr Berlin, Stuttgart, Düsseldorf, Hamburg	

Finanzkalender 2002

Bilanzpressekonferenz	3. April (München)
DVFA-Analystenkonferenz	4. April (Frankfurt)
Bericht 1. Quartal	8. Mai
Hauptversammlung	17. Mai
Halbjahresbericht	6. August
Bericht 3. Quartal	5. November
Umsatzzahlen 2002	Januar 2003

L a g e b e r i c h t

Ludwig Beck Konzern und Ludwig Beck AG

Konjunktur [s 40] **Einzelhandel** [s 41] **Umsatzentwicklung** [s 41] **Ertragslage** [s 42]

Mitarbeiter [s 44] **Kostensituation** [s 44] **Finanzergebnis** [s 45] **Steuern** [s 45]

Jahresüberschuss [s 45] **Konzern DVFA/SG Ergebnis** [s 46] **IAS Ergebnis** [s 46]

Investition und Finanzierung [s 47] **Vermögenslage** [s 49] **Ausblick** [s 50]

Konjunktur

Nachdem alle Prognosen um die Jahreswende für 2001 noch optimistisch waren – die Prognose der Bundesregierung lag damals bei 2,75 % Wachstum –, hat sich im Verlaufe des Jahres die deutsche Konjunktur deutlich verschlechtert. Sämtliche Prognosen wurden bereits ab dem Frühjahr fortlaufend nach unten korrigiert. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg nur noch um real 0,6 (3,0) %.

Dies war das schwächste Wirtschaftswachstum seit 1993.

Zwar stiegen die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte mit nominal 3,6 % stärker an als im Vorjahr mit 2,8 %, aber anders als in den Vorjahren lag der Zuwachs der Konsumausgaben mit 3,2 (2,9) % unterhalb dieser Zuwachsrate.

Die Sparquote erhöhte sich erstmals wieder seit 1991 und betrug 10,1 (9,8) %.

Einzelhandel

Die Lage in der textilen Einzelhandelsbranche hat sich auch in 2001 rückläufig entwickelt. Von der Steuerreform erwartete positive Impulse haben sich nicht durchschlagen können, da die hohe Arbeitslosenquote und ein starker Preisanstieg bei Lebensmitteln und Brennstoffen dagegen wirkte. Eine maßgebliche Beeinträchtigung ergab sich in Süddeutschland auch durch die Wetterkapriolen: Der nochmalige Wintereinbruch im April und der wärmste Oktober seit Beginn der Temperaturaufzeichnungen hinterließen zum jeweiligen Saisonauftakt mit jeweils minus 7 % zum Vorjahr (Textilwirtschaft) deutliche Umsatzeinbrüche.

In 2001 verlor der Textileinzelhandel insgesamt 2 % zum Vorjahr (Textilwirtschaft).

Die unbefriedigende Entwicklung im Handel führte nach Wegfall des Rabattgesetzes vielfach zu spektakulären Rabattaktionen, die in dieser Größenordnung bisher nicht bekannt waren und streckenweise heftige Reaktionen bei Herstellern, Händlern und Verbänden hervorriefen.

Umsatzentwicklung

Der Ludwig Beck Konzern konnte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr der sich abschwächenden deutschen Konjunktur nicht entziehen und verbuchte mit einem Bruttoumsatz in Höhe von 98,0 (100,3) Mio. € ein Minus von 2,4 %.

Positiv ist dabei zu bewerten, dass trotz des Umsatzerückgangs die Lagerbestände mit 9,2 (9,1) Mio. € auf dem Niveau des Vorjahres lagen und sich die Altersstruktur der Lagerbestände weiter verbessert hat.

Die Entwicklung der einzelnen Warenbereiche zeigte sich sehr unterschiedlich. Während die textilen Bereiche unter der allgemeinen Entwicklung litten, erzielten wir z.B. im Kosmetikbereich einen Umsatzzuwachs von 24 % auf 4,8 (3,9) Mio. €. Das zeigt sehr deutlich die immer größer werdende Bedeutung dieses Segmentes.

Am 05. September wurde planmäßig die Filiale in Augsburg mit 1.300 m² Verkaufsfläche in dem Innenstadt-Center »City Galerie« eröffnet. Die Filiale Hamburg wurde am 30. September aufgegeben, da sie erfolgreich unvermietet werden konnte. Mit einer Verkaufsfläche von nur 240 m² passte sie ohnehin nicht mehr in die Unternehmens-Strategie.

	2001 Mio. €	2001 in %	2000 Mio. €	2000 in %
Umsatzerlöse	84,4	100,0	86,5	100,0
Summe der übrigen betriebl. Erträge	2,8	3,3	1,9	2,2
	87,1	103,3	88,4	102,2
Materialaufwand	43,9	52,1	44,5	51,4
Summe der übrigen betriebl. Aufwendungen	37,9	44,8	37,4	43,3
Betriebsergebnis (EBIT)	5,4	6,4	6,5	7,5
Finanzergebnis	-1,6	-2,0	-0,9	-1,0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3,7	4,4	5,6	6,5
Steuern	0,0	0,0	0,0	0,0
Jahresüberschuss	3,7	4,4	5,6	6,5

Ertragslage

In der Ludwig Beck AG wurde bereits im Frühjahr angesichts der schlechten Konjunkturentwicklung im Kostenbereich entgegengesteuert. Die Kostensenkungsmaßnahmen umfassten sämtliche Kostenarten und erreichten ein Einsparvolumen in Höhe von ca. 2 Mio. €. Dank des straffen Kostenmanagements konnte somit in 2001 ein operatives Ergebnis (EBIT) von 5,4 (6,5) Mio. € erzielt werden.

Die übrigen betrieblichen Erträge und die übrigen betrieblichen Aufwendungen stehen im Zusammenhang, dürfen nach dem deutschen Handelsrecht (HGB) nicht saldiert werden.

Gewinn- und Verlustrechnung Ludwig Beck Konzern				
	2001 Mio. €	2001 in %	2000 Mio. €	2000 in %
Umsatzerlöse	84,5	100,0	86,5	100,0
Summe der übrigen betriebl. Erträge	2,6	3,1	1,9	2,1
	87,1	103,1	88,4	102,1
Materialaufwand	43,9	52,0	44,5	51,4
Summe der übrigen betriebl. Aufwendungen	38,0	45,0	37,8	43,7
Betriebsergebnis (EBIT)	5,2	6,1	6,1	7,0
Finanzergebnis	-1,3	-1,6	-0,9	-1,0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3,9	4,5	5,2	6,0
Steuern	0,0	0,0	0,0	0,0
Konzern-Jahresüberschuss	3,8	4,5	5,2	6,0
Ergebnisanteil Minderheiten	0,3	0,4	0,1	0,1
Konzern-Jahresüberschuss nach Minderheiten	4,2	4,9	5,3	6,1

Im Ludwig Beck Konzern-Abschluss sind neben der Ludwig Beck AG und der ludwigbeck-online GmbH erstmalig die in 2001 gegründeten Ludwig Beck Beteiligungs GmbH und Ludwig Beck Vertriebs GmbH erfasst.

Die ludwigbeck-online GmbH, in der die Aktivitäten im Online-Geschäft und im Versand für die Musikbereiche gebündelt sind, hat im vergangenen Jahr ihren Internet-Auftritt umfassend restrukturiert. Die Anwendungssoftware wurde neu entwickelt und der Auftritt benutzerfreundlicher gestaltet. Die bis dato angefallenen Investitionen der alten Softwarelösungen wurden komplett wertberichtet. Mit dem völlig neu gestalteten Internetshop haben sich die laufenden betrieblichen Aufwendungen deutlich vermindert.

In der zur Bündelung der Franchise-Aktivitäten neu gegründeten Ludwig Beck Vertriebs GmbH werden betriebliche Erträge in 2002 anfallen. Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr sind hier lediglich Anlaufkosten entstanden.

Die ebenfalls neu gegründete Ludwig Beck Beteiligungs GmbH hat sich mehrheitlich an der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG und deren Komplementärin beteiligt. Die Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG ist Eigentümerin des Stammhauses am Marienplatz in München. In 2001 sind aufgrund einer Umfinanzierung einmalige Verluste entstanden.

Im Konzern konnte mit einer EBIT-Marge von 6,1 % wiederum ein hohes Ertragsniveau erreicht werden. Angesichts der widrigen gesamtwirtschaftlichen Situation ist dies besonders zufriedenstellend.

Mitarbeiter

Die Personalaufwendungen in der Ludwig Beck AG verharrten durch die Kostensenkungsprogramme auf dem Niveau des Vorjahres und beliefen sich auf 19,3 (19,3) Mio. €.

Dies entsprach 22,9 (22,3) % vom Nettoumsatz. Saldiert mit den entsprechenden Erträgen ergab sich ein Wert von 22,4 (21,8) % vom Nettoumsatz.

Die Zahl der Mitarbeiter veränderte sich im Jahresdurchschnitt auf 626 (665). Darüber hinaus waren 90 (82) Auszubildende beschäftigt. Die Mitarbeiter setzen sich aus 293 (297) Vollzeitmitarbeitern, 226 (247) Teilzeitmitarbeitern und 107 (121) Aushilfen zusammen.

Innerhalb des Ludwig Beck Konzerns sind außerhalb der Ludwig Beck AG keine Mitarbeiter angestellt.

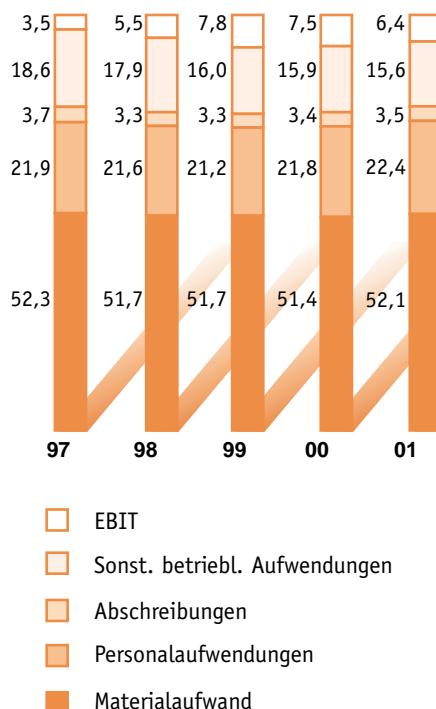
Kostensituation

Bei einem Netto-Umsatzerlös von 84,4 (86,5) Mio. € in der Ludwig Beck AG und einem Wareneinsatz von 43,9 (44,5) Mio. € ergab sich ein Rohertrag von 47,9 (48,6) %.

Bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen, saldiert mit den entsprechenden Erträgen, konnte nochmals eine Kostensenkung erzielt werden. Sie betragen in der Ludwig Beck AG nur noch 13,2 (13,7) Mio. €. Dies entspricht einer Kostenquote von 15,6 (15,9) % des Nettoumsatzes.

Kostenverteilung

saldierte mit Erträgen in % vom Nettoumsatz



Diese Einsparung war möglich, da das Kostenmanagement wie in den Vorjahren konsequent durchgeführt wurde.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist eine ertragsorientierte Unternehmenspolitik ein Garant für die Stabilität der Ertragslage.

Im Ludwig Beck Konzern betrugen die Netto-Umsatzerlöse 84,5 (Vorjahr 86,5) Mio. €. Das Betriebsergebnis (EBIT) betrug 5,2 (Vorjahr 6,1) Mio. € und berücksichtigt mit 0,4 Mio. € bereits die Einmalaufwendungen in der ludwigbeck-online GmbH aufgrund der vorgenommenen Wertberichtigung der ersten Shop-Lösung.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug in der Ludwig Beck AG -1,6 (-0,9) Mio. €. Mit -0,8 Mio. € ist hierbei die Wertberichtigung auf den Beteiligungsansatz der ludwigbeck-online-GmbH enthalten.

Im Ludwig Beck Konzern belief es sich auf -1,3 (-0,9) Mio. € und bildet auch die Zinsaufwendungen des Immobilienengagements Marienplatz erstmalig ab. Um das gegenwärtig niedrige Zinsniveau zu nutzen, wurde hierfür im Wesentlichen eine langfristige Zinsbindung mit einer Laufzeit von 20 Jahren eingegangen.

Steuern

Aufgrund von Verlustvorträgen ist das Ergebnis steuerlich nicht belastet und entspricht damit dem Jahresüberschuss. Zum 31. Dezember 2001 beliefen sich die verbleibenden Verlustvorträge auf 8,8 Mio. € bei der Gewerbesteuer und 13,7 Mio. € bei der Körperschaftssteuer.

Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss belief sich in der Ludwig Beck AG auf 3,7 (5,6) Mio. €. Zusammen mit dem Gewinnvortrag aus dem Vorjahr mit 0,2 Mio. € ergab sich ein zu verteilender Betrag von 3,9 Mio. €. Davon wurden 1,2 Mio. € in die Gewinnrücklagen eingestellt. Der verbleibende Bilanzgewinn betrug 2,7 (2,9) Mio. €.

Der Hauptversammlung wird vorgeschlagen, eine unveränderte Dividende in Höhe von 0,87 (0,87) € je Stückaktie zu bezahlen.

Im Ludwig Beck Konzern betrug der Jahresüberschuss nach Minderheiten 4,2 (5,3) Mio. €.

Konzern DVFA/SG-Ergebnis

Beim Ergebnis nach DVFA/SG sind die Gewinne auch bei einem bestehenden Verlustvortrag mit latenten Steuern belastet, wenngleich wie bei Ludwig Beck auch in diesem Jahr effektiv keine Steuerzahlungen angefallen sind.

Konzern DVFA/SG-Ergebnis		
	2001 Mio. €	2000 Mio. €
Jahresüberschuss	3,8	5,2
Latente Steuern	-1,6	-2,5
Anteile Dritter	0,3	0,0
DVFA/SG-Ergebnis	2,5	2,7
Ergebnis je Aktie (€)	0,78	0,83

IAS Ergebnis

Im SMAX notierte Unternehmen sind verpflichtet, für Geschäftsjahre, die nach dem 31. Dezember 2001 beginnen, einen Jahresabschluss nach den Regeln internationaler Rechnungslegung zu erstellen. Dieser zukünftigen Verpflichtung ist Ludwig Beck auch im Jahresabschluss 2001 durch eine Überleitungsrechnung nach IAS (International Accounting Standards) nachgekommen.

Überleitungsrechnung nach IAS		
	2001 Mio. €	2000 Mio. €
Konzernjahresüberschuss lt. HGB	3,8	5,2
Anpassungen nach IAS:		
Finanzierungsleasing	0,1	0,1
Immaterielle Vermögens- gegenstände	0,1	0,1
Eigene Anteile	0,0	0,1
Abgezinste Verbindlichkeiten	-0,7	0,0
Sonstiges	0,0	0,1
Latente Steuern	-1,6	-2,4
Wertveränderungen Verlustvortrag	0,0	-1,2
Ergebnis nach IAS	1,7	2,0
Aktienstückzahl in Tausend	3.180	3.310
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (€)	0,52	0,59

Investition und Finanzierung

Die Ludwig Beck AG hatte in 2001 einen deutlich gestiegenen Mittelabfluss von 8,9 (Vorjahr 4,5) Mio. € aus Investitionstätigkeit zu verzeichnen, da die Kapitalausstattung für verbundene Unternehmen mit 7,1 (Vorjahr 0,9) Mio. € zu Buche schlug.

Der Mittelabfluss wurde mit 6,3 (Vorjahr 9,3) Mio. € über den Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit kompensiert. Da über die Finanzierungstätigkeit ebenfalls ein

Mittelzufluss von 2,5 Mio. € stattfand, blieb der Finanzmittelbestand zum Bilanzstichtag mit 0,5 (Vorjahr 0,5) Mio. € unverändert.

Die Investitionen in Sachanlagen lagen mit 2,2 Mio. € unterhalb der Abschreibung in Höhe von 2,9 Mio. €. Zusätzlich wurden Investitionen im sale-and-lease-back-Verfahren mit 1,0 Mio. € vorgenommen.

Kapitalflussrechnung der Ludwig Beck AG

	2001 Mio. €	2000 Mio. €
Jahresüberschuss	3,7	5,6
Abschreibungen	2,9	2,9
Abnahme/Zunahme (-/+) langfristiger Rückstellungen	-0,4	0,0
Zahlungsunwirksame Erträge	0,9	0,0
Cash-flow	7,1	8,5
Abnahme/Zunahme (-/+) des working capital	-0,8	0,8
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	6,3	9,3
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	0,4	0,0
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-2,2	-3,6
Auszahlungen für Investitionen in verbundene Unternehmen	-7,1	-0,9
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-8,9	-4,5
Dividendausschüttung	-2,8	-2,9
Eigene Aktien	-0,8	-2,1
Aufnahme/Tilgung (+/-) von verzinslichen Verbindlichkeiten	6,2	-0,2
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit (+/-)	2,6	-5,2
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	0,0	-0,3
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	0,5	0,8
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	0,5	0,5

Kapitalflussrechnung des Ludwig Beck Konzerns		
	2001 Mio. €	2000 Mio. €
Jahresüberschuss	3,8	5,2
Abschreibungen	3,0	2,9
Abnahme/Zunahme (-/+) langfristiger Rückstellungen	-0,4	0,1
Zahlungsunwirksame Erträge	-0,7	0,0
Cash-flow	5,7	8,2
Abnahme/Zunahme (-/+) des working capital	-2,3	0,7
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	3,4	8,9
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	0,4	0,0
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-2,5	-4,0
Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-10,4	-0,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-12,5	-4,0
Einzahlungen von Minderheitsgesellschaftern	0,1	0,1
Dividendausschüttung	-2,8	-2,9
Erwerb eigener Anteile	-0,8	-2,1
Aufnahme/Tilgung (+/-) von verzinslichen Verbindlichkeiten	12,9	-0,2
Mittelzufluss/-abfluss aus Finanzierungstätigkeit (+/-)	9,4	-5,1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	0,3	-0,2
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	0,6	0,8
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	0,9	0,6

Im Ludwig Beck Konzern ging der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit auf 3,4 (Vorjahr 8,9) Mio. € zurück. Hier hat die Erhöhung des Working Capitals mit 2,3 (Vorjahr: Abnahme 0,7) Mio. € durchgeschlagen, die durch die Abnahme kurzfristiger Rückstellungen mit 2,0 Mio. € hervorgerufen wurde. Im Mittelabfluss aus

Investitionstätigkeit ist mit 10,4 Mio. € der Kaufpreis für die Mehrheitsbeteiligung an der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG enthalten. Die Finanzierung der Investitionstätigkeit erfolgte über die Aufnahme von Verbindlichkeiten.

Vermögenslage

In der Ludwig Beck AG erhöhte sich das Anlagevermögen auf 20,4 (15,2) Mio. €. Dafür ausschlaggebend war die Erhöhung der Finanzanlagen um 6,2 Mio. €. Die Finanzanlagen umfassen nur die Eigenkapitalausstattung und Gesellschafterdarlehen an die drei Tochtergesellschaften. 5,5 Mio. € wurden dabei in die Ludwig Beck Beteiligungs GmbH eingebracht, die das Immobilien-Engagement hält.

Das Umlaufvermögen stieg auf 14,7 (13,3) Mio. €. Darin sind eigene Anteile mit 2,9 (2,1) Mio. € enthalten.

Das Eigenkapital nahm um 1,0 Mio. € auf jetzt 19,0 (18,0) Mio. € zu, wobei die Rücklage für eigene Anteile um 0,8 Mio. € auf 2,9 Mio. € anstieg.

Im Bestand der Ludwig Beck AG befanden sich zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2001 238.438 eigene Stückaktien (Vorjahr: 158.580). Die eigenen Aktien wurden zum Bilanzstichtag mit 12,00 € bewertet. Über das Aktienrückkaufprogramm wurden in 2001 79.858 eigene Aktien zu Kursen zwischen 9,50 € und 12,80 € zugekauft. Der durchschnittliche Kaufkurs betrug 10,36 € zuzüglich Anschaffungsnebenkosten.

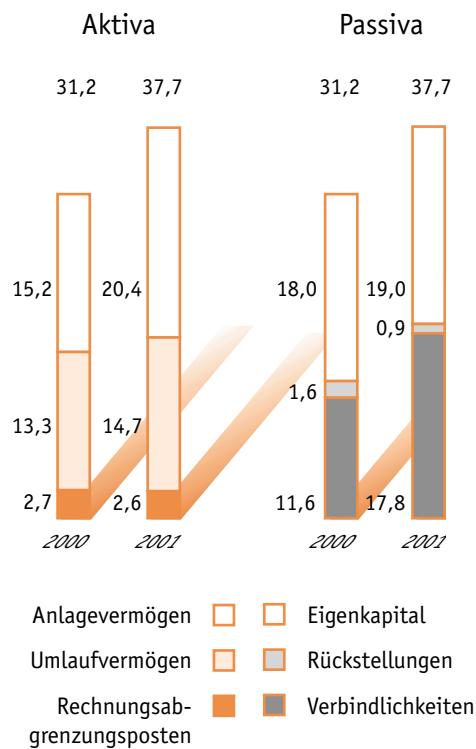
Insgesamt hält die Ludwig Beck AG nunmehr 7,1 % des Grundkapitals.

Die Verbindlichkeiten erhöhten sich auf 17,8 (11,6) Mio. €. Der Anstieg erklärt sich aus der Fremdfinanzierung der erhöhten Finanzanlagen.

Die Bilanzsumme belief sich auf 37,7 (31,2) Mio. €.

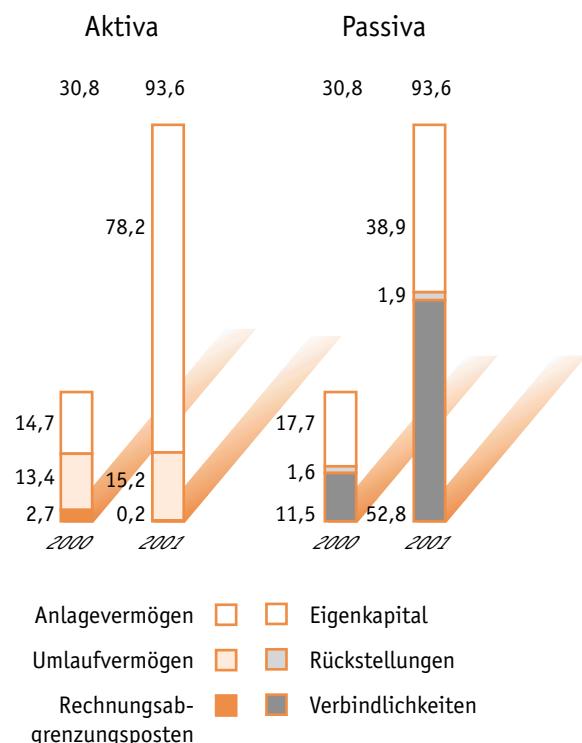
Bilanzstruktur Ludwig Beck AG

in Mio. €



Bilanzstruktur Ludwig Beck Konzern

in Mio. €



Der Ludwig Beck Konzern verzeichnete einen deutlichen Anstieg der Bilanzsumme auf 93,6 (30,8) Mio. €. Der Anstieg ist auf den erweiterten Konsolidierungskreis zurückzuführen, der neben der ludwigbeck-online GmbH und der Ludwig Beck Vertriebs GmbH auch die über die Ludwig Beck Beteiligungs GmbH gehaltene Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG mit ihrem Immobilienbesitz umfasst.

Die Eigenkapitalquote liegt mit 41,6 (57,5) % nach dem Immobilien-Engagement immer noch auf einem sehr beachtlichen Niveau.

Ausblick

Der deutsche Textileinzelhandel startete nach dem bereits äußerst schwierigen Jahr 2001 ein weiteres Mal ernüchtert in das neue Jahr. Die weiterhin schwierige konjunkturelle Lage sowie auch eine auf die Euro-Umstellung zurückzuführende Kaufzurückhaltung lassen für 2002 keinen Spielraum für eine Hoffnung auf eine baldige Belebung der Konsumentenstimmung erwarten. Der Trend zur Erweiterung von Verkaufsflächen ist ungebrochen und wird den Verdrängungswettbewerb weiter voranschreiten lassen.

Wir erwarten, dass Unternehmen der Einzelhandelsbranche, die nicht über ein gesichertes finanzielles Fundament und eine klare Positionierung verfügen, sich in diesem Jahr nochmals mit deutlich mehr Schwierigkeiten als die Branche im allgemeinen konfrontiert sehen werden.

Die Bundesregierung erwartet für dieses Jahr lediglich ein Wirtschaftswachstum von real 0,75 %, wobei ein beginnender Aufschwung bereits im zweiten Halbjahr einkalkuliert ist. Die deutsche Wirtschaft schließt sich den Prognosen der Bundesregierung nicht an. Der deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) rechnet für 2002 nur mit einem »kraftlosen« Wachstum von 0,5 %.

Für die privaten Konsumausgaben wird im Jahreswirtschaftsbericht der Bundesregierung ein Anstieg um nominal rund 2,5 (Vorjahr 3,2) % erwartet. Real würde dies – angesichts der erwarteten Preisentwicklung in Höhe von rund 1,5 % – einen Anstieg von rund 1,0 (1,4) % bedeuten.

Im deutschen Einzelhandel ist durch den Wegfall des Rabattgesetzes eine deutliche Veränderung eingetreten. Mit extremen Rabatten, zum Teil sogar auch auf aktuelle Saisonware, versuchen manche Unternehmen verlorenes Terrain zurückzugewinnen.

Ludwig Beck wird sich dieser Entwicklung nicht anschließen. Wir wollen uns auch zukünftig nicht nur über den Preis, sondern vor allem über ein exzellentes Preis-/Leistungs-Verhältnis positionieren.

Wir sehen in einer kompetenten und freundlichen Beratung, der Qualität unserer Produkte und innovativen Konzepten nach wie vor die notwendigen Schlüssel-faktoren, um langfristig in den Augen der Kunden Glaub-würdigkeit zu demonstrieren.

Ludwig Beck wird die Voraussetzung schaffen, auch in dieser schwierigen Konjunktur- und Branchen-Situation die eigene Firmenkonjunktur fortzusetzen. In der ersten Hälfte des laufenden Jahres wird das Wäschehaus umgebaut, durch die Aufstockung von zwei Etagen wird zusätzliche Verkaufsfläche gewonnen.

In erster Linie werden diese für die Erweiterung des Sortiments im Bereich Parfümerie und Wellness genutzt. Wir tragen damit dem immer stärker werdenden, und somit sehr zukunftsträchtigen Trend der Verbraucher zu Gesundheit und Körperpflege Rechnung.

Wir werden deshalb unsere bereits sehr erfolgreiche Kosmetikabteilung flächenmäßig deutlich vergrößern; es wird weitere innovative und neue Produkte und Marken geben, sowie einen einzigartigen Wellness-Bereich.

Ebenso wird die Damenwäsche- und Dessous-Abteilung komplett neu gestaltet. Auch in dieser Abteilung werden neue Segmente und Marken angebaut und die Kompetenz damit vergrößert.

Ein entscheidender Wachstumsfaktor ist die am 10. August 2001 gegründete Ludwig Beck Vertriebs GmbH. Als Franchisenehmer wird sie am Markt bereits eingeführte und bewährte Systeme führender Marken in eigenen Läden umsetzen. Für das laufende Jahr sind bereits 6 Läden fest eingeplant. Weitere Standorte werden geprüft und gegebenenfalls kurzfristig realisiert.

Insgesamt wird Ludwig Beck im Jahr 2002 die Basis für ein über der Branche liegendes Umsatzwachstum legen. Der Vorstand strebt für dieses Jahr, trotz der schwierigen Konjunktur ein Umsatzwachstum an. Wir gehen jedoch davon aus, dass die Wachstumsraten im Jahr 2003 stärker ausfallen.

Auf der Grundlage unserer Projekte sind wir überzeugt, dass Ludwig Beck auch unter schwierigen Rahmenbedingungen seine erfolgreiche Entwicklung beibehalten wird.

München, im Februar 2002

Der Vorstand

Bilanz der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

zum 31.12.2001 nach HGB

	Anhang	2001 in T€	2000 in T€
A K T I V A			
A. ANLAGEVERMÖGEN	(1)		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		2.281	2.949
II. Sachanlagen		10.940	11.354
III. Finanzanlagen		7.138	915
		20.359	15.218
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Vorräte	(2)	9.304	9.188
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	1.753	1.289
III. Eigene Anteile	(4)	2.861	2.062
IV. Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		782	753
		14.700	13.292
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	(5)	2.610	2.713
		37.669	31.223
P A S S I V A			
A. EIGENKAPITAL	(6)		
I. Gezeichnetes Kapital	(7)	8.590	8.590
II. Kapitalrücklage		7	7
III. Gewinnrücklagen	(8)	7.663	6.495
IV. Bilanzgewinn	(9)	2.716	2.920
		18.976	18.012
B. RÜCKSTELLUNGEN	(10)	869	1.561
C. VERBINDLICHKEITEN	(11)	17.824	11.646
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		0	4
		37.669	31.223

Gewinn- und Verlustrechnung der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

vom 01.01.-31.12.2001 nach HGB

Anhang		2001 in T€		2000 in T€	
1. Umsatzerlöse	(12)				
- Umsatz (brutto)		97.783		100.232	
- abzgl. Mehrwertsteuer		13.413	84.370	13.773	86.459
2. Andere aktivierte Eigenleistungen			115		160
3. Sonstige betriebliche Erträge			2.667		1.790
		87.152		88.409	
4. Materialaufwand		43.922		44.487	
5. Personalaufwand	(13)	19.312		19.303	
6. Abschreibungen	(14)	2.938		2.899	
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen		15.588	81.760	15.238	81.927
		5.392		6.482	
8. Finanzergebnis	(15)		-1.645		-878
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			3.747		5.604
10. Jahresüberschuss			3.747		5.604
11. Gewinnvortrag			138		0
12. Einstellungen in Gewinnrücklagen	(17)		1.169		2.684
13. Bilanzgewinn			2.716		2.920

Entwicklung des Anlagevermögens der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

vom 01.01.-31.12.2001 nach HGB

				Anschaffungs- / Herstellungskosten
	Stand 01.01.2001	Zugang	Abgang	
	T€	T€	T€	
A. ANLAGEVERMÖGEN				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	609	92	351	
2. Geschäfts- oder Firmenwert	5.466	0	433	
	6.075	92	784	
II. Sachanlagen				
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	18.400	1.270	1.212	
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaustattung	12.112	797	4.527	
3. geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	107	65	0	
	30.619	2.132	5.739	
III. Finanzanlagen				
1. Beteiligungen an verbundenen Unternehmen	915	3.915	0	
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0	3.138	0	
	915	7.053	0	
	37.609	9.277	6.523	

Umbuchungen	Stand 31.12.2001	Kumulierte Abschrei- bungen	Buchwert 31.12.2001	Buchwert 31.12.2000	Abschrei- bungen des Geschäfts- jahres
T€	T€	T€	T€	T€	T€
0	350	227	123	157	23
0	5.033	2.875	2.158	2.792	452
0	5.383	3.102	2.281	2.949	475
77	18.535	10.448	8.087	8.474	1.682
30	8.412	5.624	2.788	2.773	781
-107	65	0	65	107	0
0	27.012	16.072	10.940	11.354	2.463
0	4.830	830	4.000	915	830
0	3.138	0	3.138	0	0
0	7.968	830	7.138	915	830
0	40.363	20.004	20.359	15.218	3.768

Konzernbilanz der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

zum 31.12.2001 nach HGB

	Anhang	2001 in T€	2000 in T€
A K T I V A			
A. ANLAGEVERMÖGEN	(1)		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		2.363	3.209
II. Sachanlagen		75.825	11.495
		78.188	14.704
B. UMLAUFVERMÖGEN			
I. Vorräte	(2)	9.316	9.188
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	1.751	1.290
III. Eigene Anteile	(4)	2.861	2.062
IV. Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		1.260	858
		15.188	13.398
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	(5)	190	2.723
		93.566	30.825
P A S S I V A			
A. EIGENKAPITAL	(6)		
I. Gezeichnetes Kapital	(7)	8.590	8.590
II. Kapitalrücklage		7	7
III. Gewinnrücklagen	(8)	7.731	6.150
IV. Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter		19.881	53
V. Konzernbilanzgewinn		2.716	2.920
		38.925	17.720
B. RÜCKSTELLUNGEN	(9)	1.917	1.575
C. VERBINDLICHKEITEN	(10)	52.724	11.525
D. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		0	5
		93.566	30.825

Konzerngewinn- und Verlustrechnung der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

vom 01.01.-31.12.2001 nach HGB

Anhang	2001 in T€		2000 in T€	
1. Umsatzerlöse (12)	98.038		100.270	
- Umsatz (brutto)	13.481	84.557	13.885	86.485
- abzgl. Mehrwertsteuer				
2. Andere aktivierte Eigenleistungen		115		160
3. Sonstige betriebliche Erträge		2.473		1.692
	87.145		88.337	
4. Materialaufwand		43.922		44.486
	43.223		43.851	
5. Personalaufwand (13)	19.315		19.303	
6. Abschreibungen (14)	3.024		2.920	
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	15.697	38.036	15.534	37.757
	5.187		6.094	
8. Finanzergebnis (15)		-1.333		-866
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.854		5.228	
10. Sonstige Steuern		30		0
11. Konzern-Jahresüberschuss	3.824		5.228	
12. Anteil anderer Gesellschafter am Konzernergebnis (16)		335		32
	4.159		5.260	
13. Gewinnvortrag		138		0
14. Entnahmen aus Gewinn-rücklagen		0		2
15. Einstellungen in Gewinn-rücklagen (17)		1.581		2.342
16. Konzernbilanzgewinn	2.716		2.920	

Entwicklung des Anlagevermögens im Konzern der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG, München

zum 31.12.2001 nach HGB

	Anschaffungs- / Herstellungskosten		
	Stand 01.01.2001	Zugang	Abgang
	TE	TE	TE
A. ANLAGEVERMÖGEN			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	649	160	351
2. Geschäfts- oder Firmenwert	5.466	0	433
3. geleistete Anzahlungen	223	71	294
	6.338	231	1.078
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	18.400	66.152	1.212
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaustattung	12.273	802	4.629
3. geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	107	65	0
	30.780	67.019	5.841
	37.118	67.250	6.919

Umbuchungen	Stand 31.12.2001	Kumulierte Abschrei- bungen	Buchwert 31.12.2001	Buchwert 31.12.2000	Abschrei- bungen des Geschäfts- jahres
T€	T€	T€	T€	T€	T€
0	458	253	205	194	46
0	5.033	2.875	2.158	2.793	452
0	0	0	0	222	0
0	5.491	3.128	2.363	3.209	498
77	83.417	10.487	72.930	8.474	1.721
30	8.476	5.646	2.830	2.914	805
-107	65	0	65	107	0
0	91.958	16.133	75.825	11.495	2.526
0	97.449	19.261	78.188	14.704	3.024

Anhang und Konzernanhang

der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG

- (A) Allgemeine Angaben (B) Angaben und Erläuterungen
zur Bilanz (C) Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung (D) Segment-
berichterstattung (E) Sonstige Angaben

(A) Allgemeine Angaben

1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die entgeltlich erworbenen **immateriellen Vermögensgegenstände** wurden mit den Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear, pro rata temporis abgeschrieben.

Firmenwerte wurden auf die planmäßige Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Sachanlagen wurden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, unter Einbeziehung evtl. Nebenkosten, aktiviert und grundsätzlich planmäßig linear abgeschrieben. Bewegliche Gegenstände des Anlagevermögens bis zu einem Wert von € 400,00 wurden im Jahr des Zugangs abgeschrieben. Von der Halbjahresregelung wurde, soweit steuerlich zulässig, Gebrauch gemacht.

Finanzanlagen wurden zu Anschaffungskosten angesetzt und soweit erforderlich, auf den niedrigeren beizulegenden Wert abgeschrieben.

Die **Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe** sind zu Anschaffungskosten bzw. zu den niedrigeren Wiederbeschaffungskosten bewertet.

Die **Handelswaren** wurden zu Anschaffungskosten bewertet. Anschaffungsnebenkosten wurden entsprechend berücksichtigt. Auf Altbestände und auf Waren mit verminderter Verwertbarkeit wurden entsprechende Abschläge vorgenommen.

Die Bewertung der **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** erfolgte gemäß § 253 Abs. 3 HGB. Erkennbare Risiken wurden durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Ausfallrisiko für Kundenforderungen wurde durch die Bildung einer Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen.

Die aktiven **Rechnungsabgrenzungsposten** betreffen hauptsächlich Mietvorauszahlungen, die über die entsprechenden Mietlaufzeiten linear aufgelöst werden.

Die **Anschaffungskosten** der eigenen Anteile wurden mit dem gewogenen Durchschnitt ermittelt und gegebenenfalls auf den niedrigeren beizulegenden Wert abgeschrieben.

Die **Pensionsrückstellungen** in der Konzernbilanz werden nach versicherungsmathematischen Grundsätzen nach dem Teilwertverfahren auf der Basis eines Zinsfußes von 6 % (§ 6a EStG) ermittelt. Dabei kamen die Richttafeln 1998 von Prof. Dr. Klaus Heubeck zur Anwendung.

Der Wertansatz der **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigt alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen, soweit sie passivierungsfähig sind.

Verbindlichkeiten wurden mit ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt.

Insgesamt blieben die **Bewertungsgrundsätze** gegenüber dem Vorjahr unverändert.

2. Grundlagen der Währungsumrechnung

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalls umgerechnet.

Nicht kursgesicherte Forderungen bzw. Verbindlichkeiten in Fremdwährung sind mit den niedrigeren Geldkursen bzw. höheren Briefkursen zum Bilanzstichtag bewertet.

3. Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden neben der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG als Muttergesellschaft folgende Unternehmen im Wege der Vollkonsolidierung einbezogen:

Unternehmen	Erstkonsolidierung	Anteil am Kapital %
ludwigbeck-online GmbH, München	27.7.2000	91,5
Ludwig Beck Beteiligungs GmbH, München	20.7.2001	100,0
Ludwig Beck Vertriebs GmbH, München	10.8.2001	100,0
Ludwig Beck Verwaltungs GmbH, München	20.7.2001	50,2
Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG, München	1.9.2001	50,1

4. Konsolidierungsgrundsätze

Die Kapitalkonsolidierung erfolgte grundsätzlich nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem konsolidierungspflichtigen Eigenkapital der Tochtergesellschaften. Die Kapitalkonsolidierung erfolgte zum Zeitpunkt des Erwerbs der Tochterunternehmen.

Bei der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG erfolgte die Kapitalkonsolidierung nach der Neubewertungsmethode zum Erwerbszeitpunkt. Gegenstand der Enkelgesellschaft ist die Verwaltung eigener und fremder Grundstücke und grundstücksgleicher Rechte.

Die Grundstücke der Gesellschaft wurden mit dem beizulegenden Wert angesetzt. Die Neubewertung wurde dabei auf die Anschaffungskosten der Anteile begrenzt. Die Bewertung von Grund und Boden erfolgte mit T€ 61.355. Das Gebäude (T€ 3.527) wird ab dem Neubewertungszeitpunkt auf 30 Jahre mit T€ 118 p.a. abgeschrieben. Aus der Neubewertung des Eigenkapitals resultierte ein Ausgleichsposten für die Anteile anderer Gesellschafter in Höhe von T€ 21.079.

Aus den Erst- und Folgekonsolidierungen resultieren keine Unterschiedsbeträge.

Für Anteile anderer Gesellschafter am Eigenkapital und am Jahresergebnis wurde ein Ausgleichsposten entsprechend ihrer Beteilungsquote gebildet und im Eigenkapital ausgewiesen. Entnahmen zu Lasten des Kapitalkontos anderer Gesellschafter (Kommanditisten) vermindern den Anteil am Eigenkapital.

Eine Eliminierung von Zwischengewinnen aus konzerninternen Lieferungs- und Leistungsbeziehungen war nicht vorzunehmen.

Die konzerninternen Umsätze und sonstigen betrieblichen Erträge wurden mit Materialaufwendungen und den entsprechenden sonstigen betrieblichen Aufwendungen verrechnet. Ebenfalls wurden die Zinserträge und Zinsaufwendungen innerhalb des Konzerns miteinander verrechnet.

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den einbezogenen Gesellschaften wurden verrechnet.

Für die einbezogenen Konzernunternehmen bestehen einheitliche Ausweis-, Bewertungs- und Gliederungsrichtlinien für die Bilanzierung.

(B) Angaben und Erläuterungen zur Bilanz

(1.) Anlagevermögen

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Immaterielle Vermögensgegenstände	2.281	2.949	2.363	3.209
Sachanlagen	10.940	11.354	75.825	11.495
Finanzanlagen	7.138	915	0	0
	20.359	15.218	78.188	14.704

Einzelheiten zu den in der Bilanz aufgeführten Positionen sind aus dem Anlagespiegel zu entnehmen.

Als Geschäfts- oder Firmenwert aktivierte immaterielle Vermögensgegenstände werden grundsätzlich gemäß § 7 Abs. 1 Satz 3 EStG planmäßig auf eine Nutzungsdauer von 15 Jahren abgeschrieben.

Die durch Anwachsung zugegangenen Geschäfts- oder Firmenwerte werden auf die Restlaufzeit der Mietverträge der jeweiligen Standorte abgeschrieben.

Der Ansatz der Finanzanlagen erfolgte zu Anschaffungskosten und soweit erforderlich, mit dem niedrigeren beizulegenden Wert.

Unter den Finanzanlagen werden im Einzelabschluss folgende Anteile an verbundenen Unternehmen ausgewiesen:

	Anteil vom Eigenkapital %	Höhe des Eigenkapitals in T€	Ergebnis des Geschäftsjahres in T€
ludwigbeck-online GmbH, München	91,50	885	-739
Ludwig Beck Beteiligungs GmbH, München	100,00	2.077	-423
Ludwig Beck Vertriebs GmbH, München	100,00	450	-50

(2.) Vorräte

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	60	84	72	84
Waren	9.244	9.104	9.244	9.104
	9.304	9.188	9.316	9.188

(3.) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.000	551	1.036	580
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	45	31	0	0
sonstige Vermögensgegenstände	708	707	715	710
	1.753	1.289	1.751	1.290

Unter den sonstigen Vermögensgegenständen sind Darlehen mit einer Restlaufzeit von mehr als 1 Jahr in Höhe von T€ 63 (Vj. T€ 84) ausgewiesen.

(4.) eigene Anteile

Die Gesellschaft hat aufgrund der Ermächtigungen der Hauptversammlung vom 10.5.2001 zum 31.12.2001 einen Bestand von 238.438 eigenen Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG in ihrem Besitz. Primärer Grund für den Aktientrückkauf war ein möglicher Einsatz der eigenen Aktien zur Gabe als Gegenleistung für den Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen.

Zum Bilanzstichtag wurden die Aktien mit € 12,00 bewertet. Der Gesamtwert der eigenen Aktien betrug zum Bilanzstichtag T€ 2.861 (Vj. T€ 2.062). Der auf die im Bestand befindlichen 238.438 eigenen Aktien entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt T€ 1.193 (= 7,10 %).

Im Geschäftsjahr 2001 wurden 79.858 eigene Aktien zu Preisen zwischen € 9,50 und € 13,70 erworben. Der durchschnittliche Kaufkurs in 2001 betrug € 10,36. Der auf den Erwerb der 79.858 eigenen Aktien entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt T€ 399 (= 2,38 %). Es erfolgten keine Veräußerungen in 2001.

(5.) Rechnungsabgrenzungsposten

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Mietvorauszahlungen	2.508	2.621	143	2.621
sonstige Abgrenzungen	102	92	47	102
	2.610	2.713	190	2.723

(6.) Eigenkapital

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Stand 01.01.	18.012	15.328	17.720	15.328
Ausschüttung	- 2.783	- - 2.920	- 2.783	- - 2.920
Kapitaleinzahlung andere Gesellschafter	0	0	85	84
Anteile anderer Gesellschafter aus Erstkonsolidierung	0	00	21.092	0
Minderung Anteile anderer Gesellschafter	0	0	- 1.013	0
Jahresüberschuss	3.747	5.604	3.824	5.228
	18.976	1818.012	38.925	17.720

(7.) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft ist eingeteilt in:

3.360.000 Stückaktien (Stammaktien).

Die Stückaktien lauten auf den Inhaber.

(8.) Gewinnrücklagen

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Gesetzliche Rücklage	852	703	852	703
Rücklage für eigene Anteile	2.861	2.062	2.861	2.062
andere Gewinnrücklagen	3.950	3.730	4.018	3.385
	7.663	6.495	7.731	6.150

Aus dem Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 01.01. - 31.12.2001 wurden T€ 149 in die gesetzliche Rücklage, T€ 799 in die Rücklage für eigene Anteile und T€ 221 (Konzern: T€ 633) in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

(9.) Bilanzgewinn

Im Bilanzgewinn ist ein Gewinnvortrag in Höhe von T€ 138 (Vj. T€ 0) enthalten.

(10.) Rückstellungen

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	31.12.2001	31.12.2000	31.12.2001	31.12.2000
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	0	0	61	0
sonstige Rückstellungen	869	1.561	1.856	1.575
	869	1.561	1.917	1.575

Die sonstigen Rückstellungen der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft beinhalten Verpflichtungen aus dem Personalbereich (T€ 486) und aus dem Verwaltungsbereich (T€ 383).

In den Rückstellungen des Konzerns sind darüber hinaus Rückstellungen aus Instandsetzungsverpflichtungen in Höhe von T€ 935 enthalten.

(11.) Verbindlichkeiten

a) Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG					
in T€	Gesamtbetrag	davon mit einer Restlaufzeit			
		bis zu einem Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	11.715	4.523	5.358	1.834	
2. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	6	6	0	0	
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.541	1.541	0	0	
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.151	1.151	0	0	
5. sonstige Verbindlichkeiten	3.411	3.411	0	0	
- davon aus Steuern: T€ 1.450 (Vj. T€ 1.369)					
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: T€ 479 (Vj. T€ 473)					
	17.824	10.632	5.358	1.834	

b) Konzern					
in T€	Gesamtbetrag	davon mit einer Restlaufzeit			
		bis zu einem Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	47.686	4.523	6.266	36.897	
2. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	6	6	0	0	
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.541	1.541	0	0	
4. sonstige Verbindlichkeiten	3.491	3.491	0	0	
- davon aus Steuern: T€ 1.481 (Vj. T€ 1.369)					
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: T€ 479 (Vj. T€ 473)					
	52.724	9.561	6.266	36.897	

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten der Ludwig Beck Beteiligungs GmbH und der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG sind wie folgt besichert:

Grundschulden	33.234
Bürgschaften von Minderheitsgesellschaftern	2.736

(C) Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

(12.) Umsatzerlöse

in T€	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
	2001	2000	2001	2000
	84.370	86.459	84.557	86.485

Die Segmentberichterstattung gibt nähere Erläuterungen zu den Umsatzerlösen.

(13.) Personalaufwand

in T€	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
	2001	2000	2001	2000
Löhne und Gehälter	15.991	15.950	15.991	15.950
soziale Abgaben	3.075	3.075	3.075	3.075
Aufwendungen für Altersversorgung	246	278	249	278
	19.312	19.303	19.315	19.303

(14.) Abschreibungen

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	2001	2000	2001	2000
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände	475	530	498	532
Abschreibungen auf Sachanlagen:				
– Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.682	1.479	1.721	1.479
– andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	781	890	805	909
	2.938	2.899	3.024	2.920

(15.) Finanzergebnis

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	2001	2000	2001	2000
sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	29	11	753	11
Zinserträge verbundene Unternehmen	65	0	0	0
Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens	- 861	- 53	- 31	- 54
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 820	- 824	- 2.055	- 823
Zinsaufwendungen verbundene Unternehmen	- 58	- 12	0	0
	- 1.645	- 878	- 1.333	- 866

In der Ludwig Beck AG wurde eine Abschreibung auf die Beteiligung an der ludwigbeck-online GmbH in Höhe von T€ 830 vorgenommen.

(16.) Anteil anderer Gesellschafter am Konzernergebnis

Auf Minderheitsgesellschafter entfallen folgende Ergebnisanteile:

in T€	2001	2000
ludwigbeck-online GmbH, München	- 63	- 32
Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG	- 271	0
Ludwig Beck Verwaltungs GmbH	- 1	0
	- 335	- 32

(17.) Einstellungen in Gewinnrücklagen

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	2001	2000	2001	2000
Einstellungen in die gesetzliche Rücklage	149	280	149	280
Einstellungen in die Rücklage für eigene Anteile	799	2.062	799	2.062
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	221	342	633	0
	1.169	2.684	1.581	2.342

(D) Segmentberichterstattung

Die Segmente des Ludwig Beck Konzerns werden in den einzelnen Gesellschaften abgebildet:

- Ludwig Beck AG stationärer Einzelhandel unter der Marke Ludwig Beck (inkl. allgem. Versandhandel)
- ludwigbeck-online GmbH Musikbereich (Versandhandel und eCommerce)
- Ludwig Beck Vertriebs GmbH stationärer Einzelhandel unter Fremdmarken (Franchise-Aktivitäten)
- Ludwig Beck Beteiligungs GmbH Beteiligung an der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG (Verwaltung und Verpachtung eigenen und fremden Grundbesitzes)

Umsatz und Ergebnisse dieser Segmente verteilen sich wie folgt:

in T€	Ludwig Beck	Musik	Franchise	Immobilien	Überleitung	Konzern
Umsatzerlöse (netto)	84.370	361	0	1.633		0
Intersegmenterlöse	- 235	0	0	- 1.572		0
Umsatzerlöse mit externen Dritten	84.135	361	0	61		84.557
Segmentergebnis (EBIT)	5.392	- 793	- 54	642		5.187
Zinserträge	94	54	4	8		160
Zinsaufwendungen	- 878	0	0	- 1.293		- 2.171
Finanzergebnis	- 784	54	4	- 1.285	678	- 1.333
sonstige Steuern	0	0	0	30		- 30
Ergebnis	4.608	- 739	- 50	- 673	678	3.824
im Segmentergebnis enthaltene Abschreibungen	2.938	47	0	39		3.024

(E) Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Nach § 251 und § 268 Abs. 7 HGB werden folgende Haftungen vermerkt:

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	2001	2000	2001	2000
Haftungsverhältnisse				
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften, Wechsel- und Scheckbürgschaften	4.642	817	552	817
– davon für verbundene Unternehmen:	4.090	0	0	0

Die Ludwig Beck AG hat eine Bürgschaft für die Ludwig Beck Beteiligungs GmbH in Höhe von T€ 4.090 übernommen.

Des Weiteren wurde im Zuge der Aufgabe eines Standortes gegenüber dem früheren Vermieter für den Nachmieter befristet bis zum 31.01.2004 und betragsmäßig begrenzt auf 90 % der jeweiligen Monatsmieten (zzgl. evtl. anderer Forderungen z.B. Nebenkosten) gebürgt. Die Hingabe der Bürgschaft wurde durch Vereinbarung einer Rückbürgschaft der Muttergesellschaft des Nachmieters abgesichert.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen für die Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft und den Konzern stellen sich wie folgt dar:

	Ludwig Beck AG		Ludwig Beck Konzern	
in T€	jährlich	gesamt	jährlich	gesamt
Sonstige finanzielle Verpflichtungen				
Verpflichtungen aus Mietverträgen inkl. Erbbauzins	8.339	164.089	5.602	82.636
– davon gegenüber verbundenen Unternehmen:	4.816	132.336	0	0
Verpflichtungen aus Leasingverträgen	645	2.392	645	2.392

**Mitteilungen nach § 21 Abs. 1
Wertpapierhandelsgesetz**

Es liegt die Mitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG eines Aktionärs vor, dass sein Stimmrechtsanteil die Schwelle von 10 % überschritten hat.

**Organe / Bezüge des
Aufsichtsrats und des
Vorstands**

Vorstand:

Reiner Unkel (Vorsitzender)

Dieter Münch

Die Gesamtbezüge des Vorstands der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft beliefen sich im Geschäftsjahr auf T€ 750 (davon variabel: T€ 157). Die Mitglieder des Vorstands hielten am 31.12.2001 36.015 Stückaktien.

Aufsichtsrat:

Dr. Joachim Hausser, Kaufmann, München, Vorsitzender

Dr. Eva Annett Grigoleit, Rechtsanwältin, Berlin,
stellv. Vorsitzende

Dr. Ulla Ertelt, Dipl. Ökonomin und Dipl. Designerin, Frankfurt
Edgar Rosenberger, Dipl.-Kaufmann, Hamburg

Annemarie Geißler, kaufmännische Angestellte, München*)
Gabriele Keitel, kaufmännische Angestellte, München*)

Die Gesamtbezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2001 betrugen insgesamt netto T€ 106 (incl. D&O-Versicherung T€ 16).

Die Mitglieder des Aufsichtsrats hielten am 31.12.2001 1.998 Stückaktien.

Folgende Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind im Aufsichtsrat bzw. in sonstigen Organen weiterer Unternehmen vertreten:

*) Arbeitnehmervertreter

Herr Reiner Unkel:

Beirat: Henschel & Ropertz GmbH & Co. KG, Darmstadt
 CJ. Schmidt GmbH & Co. KG, Husum

Herr Dr. Joachim Hausser:

Aufsichtsrat: Philipp Morris GmbH, München
 STRABAG Hoch- und Ingenieurbau AG, Köln

Beirat: GETRAG Getriebe- und Zahnradfabrik
 Hermann Hagemeyer GmbH & Co., Ludwigsburg
 Klöpfer & König GmbH & Co. KG, München
 MRF Michael Rosenthal GmbH, München

Verwaltungsrat: Kühne & Nagel Intern. AG, Schindellegi

Herr Edgar Rosenberger:

Aufsichtsrat: ESCADA AG, München

Beirat: Gunther Lambert GmbH, Mönchengladbach

Frau Dr. Ulla Ertelt:

Beirat: Henschel & Ropertz GmbH & Co. KG, Darmstadt

Mitarbeiter

Während des Geschäftsjahres 2001 waren in der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft durchschnittlich 626 Mitarbeiter beschäftigt, davon 226 als Teilzeitkräfte und 107 als Aushilfen. Auszubildende wurden bei der Berechnung nicht berücksichtigt.

In den übrigen Gesellschaften des Ludwig Beck Konzerns waren keine Mitarbeiter beschäftigt.

Gewinnverwendungsvorschlag

Der Hauptversammlung der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft wird vorgeschlagen, den Bilanzgewinn in Höhe von T€ 2.716 wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von € 0,87 je Stückaktie.

(F) Konzernkapitalflussrechnung/Cash-flow

in T€	2001	2000
Jahresüberschuss	3.824	5.228
Abschreibungen	3.024	2.920
Zunahme/Abnahme (+/-) langfristiger Rückstellungen	- 380	26
Zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge (+/-)	- 723	0
Cash-flow	5.745	8.174
Abnahme/Zunahme (+/-) des working capital	- 2.330	699
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	3.415	8.873
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	376	7
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	- 2.495	- 3.987
Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an konsolidierten Unternehmen	- 10.354	0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	- 12.473	- 3.980
Einzahlungen von Minderheiten	124	85
Dividendenausschüttung	- 2.782	- 2.920
Erwerb eigener Aktien	- 830	- 2.115
Aufnahme/Tilgung (+/-) von verzinslichen Verbindlichkeiten	12.890	- 167
Mittelzufluss/-abfluss (+/-) aus Finanzierungstätigkeit	9.402	- 5.117
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	344	- 224
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	607	831
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	951	607

Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung der Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier AG sowie den von ihr aufgestellten Konzernabschluss und ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis 31. Dezember 2001 geprüft. Die Aufstellung dieser Unterlagen nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeföhrten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung sowie den von ihr aufgestellten Konzernabschluss und ihren Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Jahres- und Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuföhrn, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss und den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft und des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die

Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsysteins sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss, Konzernabschluss in dem Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahres- und Konzernabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahres- und Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft und des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 04. März 2002

AWT Allgemeine Wirtschaftstreuhand GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

J. Zimmermann
Wirtschaftsprüfer

A. Bruckner
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr vom Vorstand in fünf Aufsichtsratssitzungen sowie zusätzlich sowohl durch mündliche und schriftliche Berichte als auch in vielen Gesprächen über die Lage und die Entwicklung der Gesellschaft umfassend und aktuell unterrichten lassen. Fragen von grundsätzlicher Bedeutung für die Geschäftspolitik hat der Vorstand mit dem Aufsichtsrat beraten. Hinzukamen zahlreiche Ausschusssitzungen, in denen u.a. über die Details des Erwerbs der Mehrheit an der Immobilie am Marienplatz sowie deren Finanzierung beraten wurde. Die nach Gesetz und Satzung bestehenden Aufgaben hat der Aufsichtsrat wahrgenommen und die Geschäftsführung überwacht.

Der Jahresabschluss und der Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2001 sowie der Lagebericht und der Konzern-Lagebericht sind unter Einbeziehung der Buchführung von der zum Abschlussprüfer gewählten AWT Allgemeine Wirtschaftstreuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in München geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Der Aufsichtsrat hat in seiner eigenen Prüfung des Jahresabschlusses und Konzern-Abschlusses sowie des Lageberichts und des Konzern-Lageberichts keine Ansatzzpunkte für Beanstandungen festgestellt. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss in der Fassung des Prüfungsberichts der AWT durch Beschluss vom 12. März 2002 gebilligt. Der Jahresabschluss 2001 ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstands über die Gewinnverwendung schließt sich der Aufsichtsrat an.

Vorstand und Aufsichtsrat haben bei Ludwig Beck auch im vergangenen Geschäftsjahr eng zusammengearbeitet. Sie stimmten sich in vielen Gesprächen, Sitzungen und Telefonaten ab. Gegenstand intensiver Überlegungen im vergangenen Jahr war vor allem der Erwerb der Mehrheit an der Immobilie des Stammhauses sowie die Gründung der Ludwig Beck Vertriebs GmbH und damit der Einstieg in die Filialisierung mit Monolabel-Konzepten. Die damit verbundenen Investitionen und die mittel- und langfristige Unternehmensplanung wurden mehrfach und umfassend erörtert. Auch der erfolgreiche Relaunch des Geschäftsfeldes eCommerce wurde vom Aufsichtsrat intensiv beratend begleitet.

Durch regelmäßige Berichte des Vorstandes über die Umsatz- und Ertragslage war der Aufsichtsrat ständig über die aktuelle Geschäftslage informiert.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und den Führungskräften für die gute Zusammenarbeit und ihre Leistungen im Geschäftsjahr 2001. Unser Dank geht besonders herzlich auch an alle anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – für ihren großen Einsatz, der auch im Geschäftsjahr 2001 ein wichtiger Erfolgsfaktor war.

Der Aufsichtsrat

München, im März 2002

Dr. Joachim Hausser

Vorsitzender des Aufsichtsrats

- 1861** Der am 29. März 1833 geborene Knopfmacher- und Posamentenmeister Ludwig Beck gründet mit 29 Jahren am 1. Mai im väterlichen Anwesen Landschaftsgasse 1 eine Knopfmacher- und Posamentier-Werkstätte mit vier Gesellen und einem Lehrling und in der Dienergasse 13 einen Laden mit zwei Verkäuferinnen und einem Lehrmädchen.
- 1874** Ludwig Beck kauft die Gebäude Dienergasse 23 und Burggasse 2, baut um und vergrößert seine Geschäftsräume. Die Grundstücke sind heute noch Kernbereich des Geschäftshauses von Beck.
- 1876** Die Beck-Werkstätten liefern Gold- und Silberposamenten für die Königsschlösser Linderhof, Neuschwanstein und Herrenchiemsee und die echten Goldposamenten der Königlichen Galawagen und Prunkschlitten. Dafür verleiht Seine Majestät König Ludwig II. Ludwig Beck »ohne dessen Zutun und völlig kostenfrei« den Titel »Königlich Bayerischer Hofposamentier«.
- 1892** Ludwig Beck beteiligt sich mit Auszeichnung an der Weltausstellung in Chicago.
Vergrößerung der Münchner Geschäftsräume.
- 1921** Zum 60jährigen Jubiläum beschäftigt die Firma laut Chronik 61 Personen.
- 1938** Franziska Beck verkauft an den Textilkaufmann Gustl Feldmeier, Mitinhaber der Firma Textilhaus Feldmeier S. Feldmeier und Sohn, Zenettistraße. Ludwig Beck hat 138 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz von 1,1 Mio. Reichsmark.
- 1945** Das Geschäftshaus in München wird völlig zerstört.
- 1948** Ludwig Beck am Rathauseck und Textilhaus Feldmeier S. Feldmeier und Sohn fusionieren zur Kommanditgesellschaft »Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier KG«.
- 1954** Gustl Feldmeier erwirbt die Nachbargrundstücke Marienplatz 11 und Burgstraße 11 und vergrößert das Geschäftsgebäude.
- 1971** Eröffnung des neuen Tiefgeschosses mit Anschluss an den neuen U- und S-Bahnhof Marienplatz.
- 1972** Eröffnung einer kleinen Beck-Filiale (100 qm) im Olympia-Einkaufszentrum (OEZ).
- 1974** Ludwig Beck wird zum »Textilissima-Haus« – und liegt im Trend der Konsumwünsche der 70er und 80er Jahre.
- 1978** Einführung des IAZ-Systems (IAZ = Individuelle Arbeitszeit).
- 1981** Eröffnung einer Beck-Filiale (240 qm) im Einkaufszentrum »Perlacher Einkaufspassagen« (pep).
- 1982** Die Beck-Filiale im Olympia-Einkaufszentrum (OEZ) wird auf 400 qm vergrößert.
Umgründung der Firma in die Toni und Peter Feldmeier Besitzverwaltung GbR und in die Betriebsgesellschaft Ludwig Beck am Rathauseck – Textilhaus Feldmeier GmbH, deren Gesellschafter 13 aktive Führungsmitarbeiter (65 % Anteil) und 5 externe Gesellschafter sind.
- 1987** Beginn der Expansion durch Filialgründungen in Deutschland. Die erste Filiale in Hamburg wird eröffnet.
- 1989** Beck bezieht einen größeren Laden (1.400 qm) im pep-Einkauf-Center Perlach.
- 1992** Ludwig Beck wird in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.
- 1993** Ludwig Beck eröffnet sein zweites großes Kaufhaus in der Kölner Schildergasse mit 5.000 qm Fläche.
- 1995** Schließung des Kaufhauses Köln.
Beteiligung der von BC Partners beratenen Eigenkapitalfonds mit anschließender Kapitalerhöhung.
- 1996** Einleitung eines konsequenten Konsolidierungskurses.
- 1997** Modernisierung des Stammhauses am Marienplatz.
- 1998** Restrukturierungsprozess erfolgreich abgeschlossen.
18.05. Börsengang
31.12. Das Jahr wird mit einem Jahresüberschuss von 5,2 Mio. DM abgeschlossen.
- 1999** Im Mai erste Hauptversammlung als börsennotierte Aktiengesellschaft. Die Aktionäre erhalten 1 DM Dividende je Aktie.
31.12. Ludwig Beck schließt das Jahr mit einem mehr als verdoppelten Jahresüberschuss von 11,3 Mio. DM ab. Es ist damit das beste Ergebnis der Firmengeschichte.
- 2000** Die ausgeschüttete Dividende steigt auf 1,70 DM je Aktie.
27.07. Gründung der e-Commerce-Tochter ludwigbeck-online GmbH, München
17.11. www.onlybeck.de geht online
- 2001** 20.07. Gründung der Ludwig Beck Beteiligungs GmbH
10.08. Gründung der Ludwig Beck Vertriebs GmbH, die als Franchise-Nehmer für verschiedene Marken eigene Läden betreiben wird.
23.08. Internet-Shop www.onlybeck.de nach umfassendem Relaunch wieder im Netz.
05.09. Ludwig Beck sichert sich die Immobilie am Münchner Marienplatz. Beteiligung an der Feldmeier GmbH & Co. Betriebs KG als Eigentümerin des Stammhauses mit 50,1 %.

Kennzahlen der Ludwig Beck AG

		1997*	1998	1999	2000	2001	Konzern 2000	Konzern 2001
Ergebnis								
Umsatz (brutto)	Mio. €	99,0	99,2	99,2	100,2	97,8	100,3	98,0
Mehrwertsteuer	Mio. €	12,9	13,4	13,6	13,7	13,4	13,8	13,5
Umsatzerlöse	Mio. €	86,1	85,8	85,6	86,5	84,4	86,5	84,5
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Netto-Rohertrag	Mio. €	41,1	41,4	41,4	42,0	40,4	42,0	40,6
	%	47,7	48,3	48,3	48,6	47,9	48,5	48,0
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibung (EBITDA)								
	Mio. €	6,2	7,6	9,5	9,4	8,3	9,0	8,2
	%	7,2	8,9	11,1	10,8	9,9	10,4	9,7
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)								
	Mio. €	3,0	4,8	6,6	6,5	5,4	6,1	5,2
	%	3,5	5,5	7,8	7,5	6,4	7,0	6,1
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit								
	Mio. €	1,4	3,5	5,8	5,6	3,7	5,2	3,9
	%	1,6	4,1	6,8	6,5	4,4	6,0	4,5
Jahresüberschuss								
	Mio. €	-1,0	2,7	5,8	5,6	3,7	5,2	3,8
	%	-1,1	3,1	6,8	6,5	4,4	6,0	4,5
DVFA/SG-Ergebnis								
	Mio. €	-0,4	1,5	3,0	2,9	2,3	2,7	2,5
Cash-flow nach DVFA/SG								
	Mio. €	3,8	5,9	8,3	8,5	7,1	8,2	5,7
Ergebnis nach IAS								
	Mio. €	-	-	-	-	-	2,0	1,7
Bilanz								
Eigenkapital	Mio. €	2,1	11,2	15,3	18,0	19,0	17,7	38,9
Eigenkapitalquote	%	7,6	39,6	52,8	57,7	50,4	57,5	41,6
Eigenkapitalrentabilität	%	-45,1	23,6	37,8	31,1	19,7	29,5	9,8
Investitionen	Mio. €	1,5	4,7	2,8	4,5	9,3	4,0	12,5
Bilanzsumme	Mio. €	28,2	28,4	29,0	31,2	37,7	30,8	93,6
Return On Invested Capital (ROIC)	%	14,9	21,9	30,1	28,3	18,4	27,1	6,2
Mitarbeiter								
Mitarbeiter	Pers.	727	692	663	665	626	665	626
Personalaufwand	Mio. €	19,2	19,0	18,6	19,3	19,3	19,3	19,3
	%	22,3	22,2	21,7	22,3	22,9	22,3	22,9
Umsatz pro Mitarbeiter (gewichtet. durchschnittlich)	€	185.590	193.268	202.983	204.517	209.385	204.517	209.931
pro Aktie								
Aktienanzahl	Mio. Stück	3,36	3,36	3,36	3,31	3,18	3,31	3,18
DVFA/SG-Ergebnis	€	0,00	0,46	0,89	0,88	0,71	0,83	0,78
Jahresüberschuss (-fehlbetrag)	€	-0,29	0,79	1,72	1,69	1,18	1,59	1,20
Dividende	€	0	0,51	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87
Sonstige (Stand 31.12.)								
Verkaufsfläche	qm	14.800	13.600	13.000	13.000	14.060	13.000	14.060
Umsatz pro Quadratmeter	€/qm	6.700	7.300	7.600	7.700	7.000	7.700	7.000

*unterstellt 3,36 Mio. Aktien

Ihre Adresse für aktive Investor Relations:

Unsere Investoren (aktuelle und potentielle) erhalten alle relevanten Informationen während eines Geschäftsjahres. Damit können sie sich ein fundiertes Bild über die Ludwig Beck Aktie machen. Wenn auch Sie an regelmässigen Informationen interessiert sind, lassen Sie sich in unsere Aktionärs-Datei eintragen. Schicken Sie dazu bitte diesen Revers mit Ihrer Adresse an uns zurück
oder per Fax +49 (0) 89 23691-600

Ich möchte gerne regelmässig informiert werden. Bitte, nehmen Sie mich in Ihre Aktionärsdatei auf.

Name:

Strasse:

PLZ/Wohnort:

email-Adresse:

Tel.:

Fax:

Datum/Unterschrift

Bitte
freimachen

An
Ludwig Beck AG
Investor Relations
80 327 München

Impressum

[Herausgeber]

Ludwig Beck am Rathauseck –
Textilhaus Feldmeier AG
Marienplatz 11
80327 München
Telefon ++49 (089) 23 691-0
Telefax ++49 (089) 23 691-600
www.ludwigbeck.de

[Investor Relations]

Lothar Fiss
Telefon +49 (089) 23 691-0
Telefax +49 (089) 23 691-600
lothar.fiss@ludwigbeck.de

[Konzept & Gestaltung]

KIRCHHOFF CONSULT, Hamburg

[Herstellung]

Grafische Betriebe Biering, München

[Textbearbeitung]

Dr. Jürgen Gaulke, Hamburg