

# **Herzlich Willkommen bei der LUDWIG BECK AG**

**Bilanzpressekonferenz  
12. März 2007  
München**



# Inhalt – das erwartet Sie heute

1. Rahmenbedingungen
2. Unternehmen
3. Finanzkennzahlen
4. Aktie
5. Ausblick und Aufgaben 2007

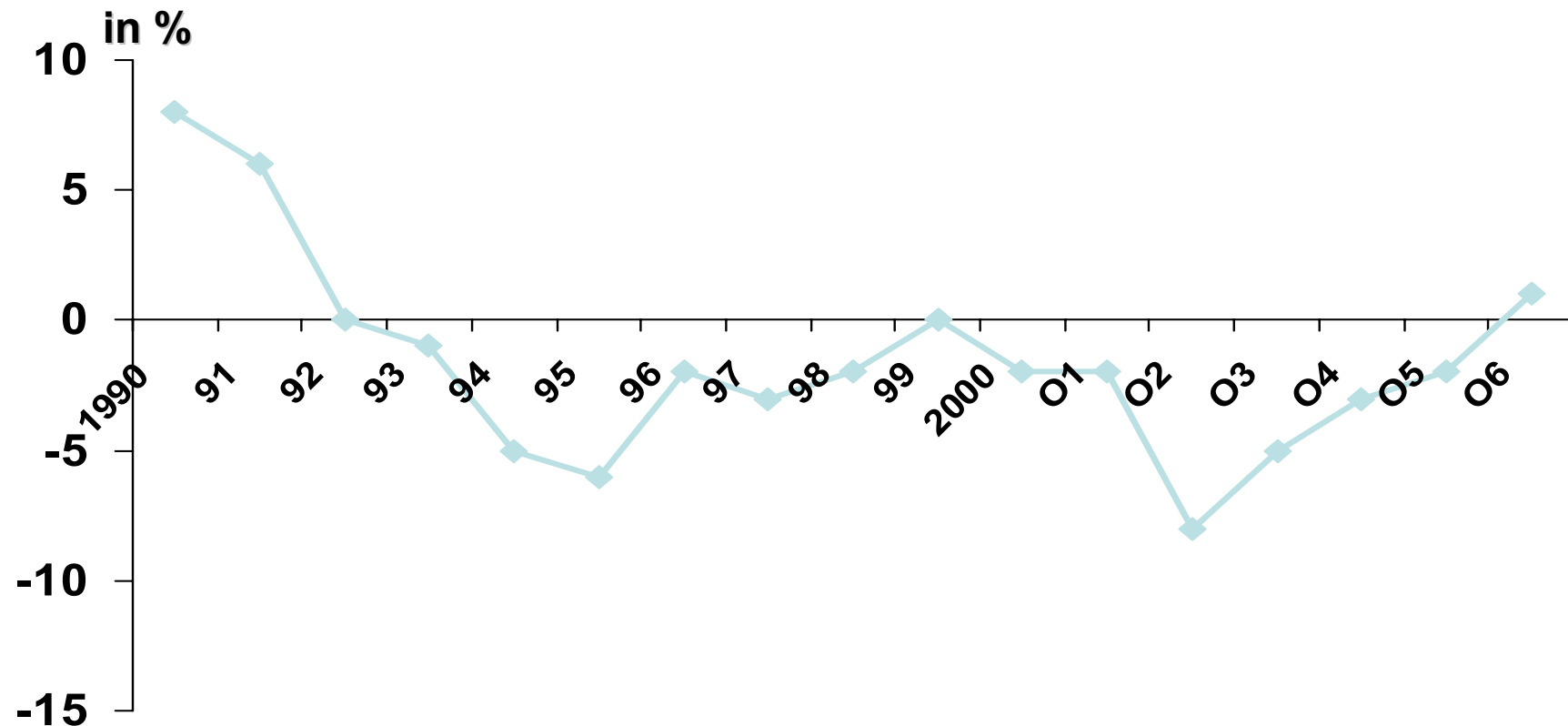
# 1. Rahmenbedingungen

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- **Weltwirtschaft mit Wachstumsrate von 3,8 % weiterhin auf hohem Niveau stabilisiert (lt. Vereinte Nationen)**
- **BIP legte unbereinigt zum Vorjahr um 2,5 % zu (lt. Statistischem Bundesamt)**
- **Einzelhandel nach 15 defizitären Jahren schließt mit 1 % Plus (lt. TextilWirtschaft)**

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Branche: Umsätze 1990 - 2006



## 2. Unternehmen

## **LUDWIG BECK in 2006**

- **Lederwaren- und Herren-Abteilung feiern auf 1.500 qm Neueröffnung mit neuer Optik und mit neuen Marken**
- **keine zusätzlichen Umsatzimpulse durch die Fußball-WM**
- **Oliver Haller wird mit Wirkung zum 01. Januar 2007 in den Vorstand der LUDWIG BECK AG berufen**

## Oliver Haller



**Oliver Haller** war bis Ende 2006 Creative Director bei Breuninger, wo er nach Abschluss seines BWL-Studiums 1996 seine Einzelhandelskarriere als Einkäufer startete. Mit großem Gespür für die Wünsche der Kunden gestaltete er seit 2002 die strategische Ausrichtung des Modehauses maßgeblich mit. Seit 2005 war er an der Entwicklung der kreativen und inhaltlichen Linie der Breuninger Kommunikation maßgeblich beteiligt.

Am 01. Januar 2007 hat Oliver Haller den Vorstand für Einkauf, Verkauf und Marketing der LUDWIG BECK AG übernommen.



## LUDWIG BECK in 2006

- Lederwaren- und Herren-Abteilung feiern auf 1.500 qm Neueröffnung mit neuer Optik und mit neuen Marken
- keine zusätzlichen Umsatzimpulse durch die Fußball-WM
- Oliver Haller wird mit Wirkung zum 01. Januar 2007 in den Vorstand der LUDWIG BECK AG berufen
- **Forcierte Entwicklung des Trading Up-Prozesses**
- **Umbau: Großbaumaßnahmen werden eingeleitet**
  - **LUDWIG BECK auf dem Weg zum Nobelkaufhaus**

[Schwitzke.ppt](#)



## Die Standorte

- **LUDWIG BECK „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz mit LUDWIG BECK HAUTNAH in den Fünf Höfen**
- **LUDWIG BECK Fashion-Stores**
  - LUDWIG BECK in den Riem-Arcaden
  - LUDWIG BECK im PEP München
  - LUDWIG BECK in der City-Galerie Augsburg
  - LUDWIG BECK im City-Center Landshut
- **Monolabel-Stores**
  - ESPRIT im OEZ München
  - s.Oliver Regensburg
  - s.Oliver in den Regensburg-Arcaden
- **LUDWIG BECK Fashion-Lager in Parsdorf**
- **Bestseller in Regensburg (veräußert zum 30.11.2006)**



# Die Produktvielfalt

- Im „Kaufhaus der Sinne“ bietet LUDWIG BECK die perfekte Verbindung von Lifestyle-Kaufhaus und Fachgeschäft
- Auf sechs Etagen wird eine einzigartige Sortimentsvielfalt und eine individuelle Präsentation aller bedeutenden Mode- und Designermarken geboten
- **Außerdem:** internationale Kult-Kosmetik, Bücher und Weine, Papeterie, Klassik- und Jazzmusik, Kurzwarenabteilung, Schmuck, Sonnenbrillen
- Ein unverwechselbarer Mix, der keine Wünsche offen lässt

# Das Konzept

- Auch in 2006 verfolgte LUDWIG BECK eine Unternehmensstrategie, die auf zwei starken Wachstums-Säulen beruht

## 1. Trading Up im Stammhaus

- Erlebnisorientiertes, hochwertiges Einkaufen am Marienplatz

## 2. Optimiertes Filialgeschäft

- LUDWIG BECK Fashion-Stores, Monolabel-Stores als Franchise-Unternehmen und der LUDWIG BECK Lagerverkauf



# Entwicklung des Trading Up-Prozesses



# Entwicklung des Trading Up-Prozesses

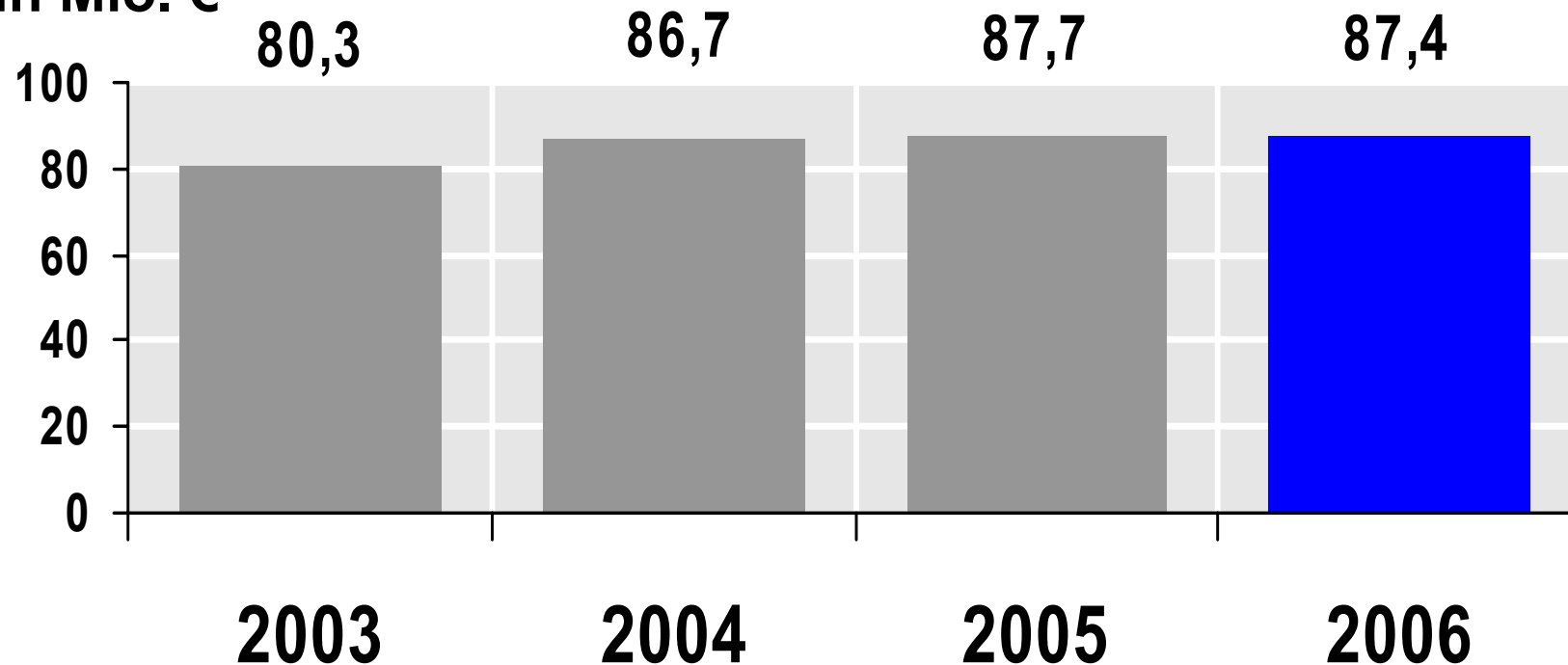


# 3. Finanzkennzahlen

# LUDWIG BECK: Nettoumsatzentwicklung

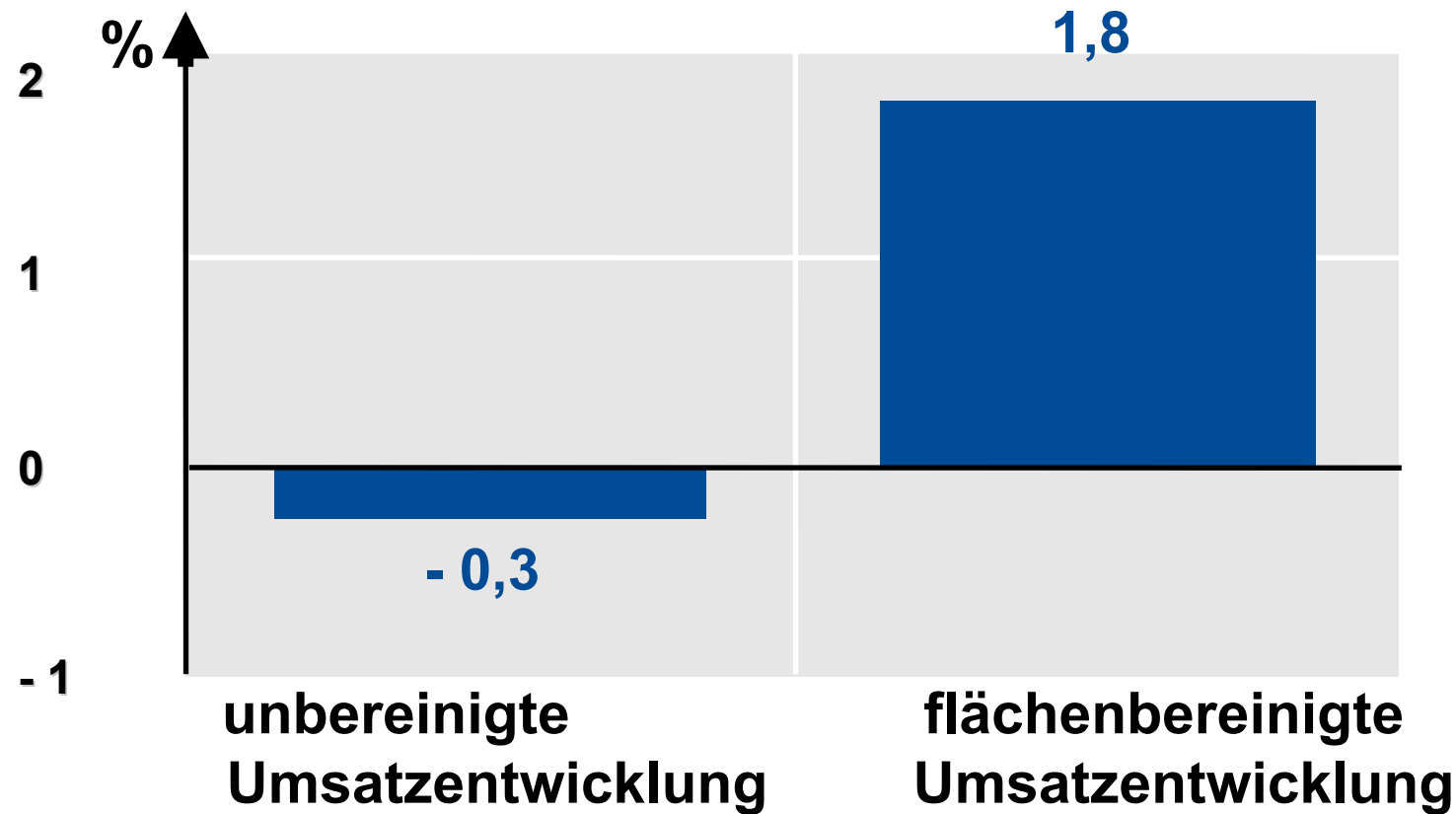
**stabiler Umsatz trotz Filialschließungen**

**in Mio. €**



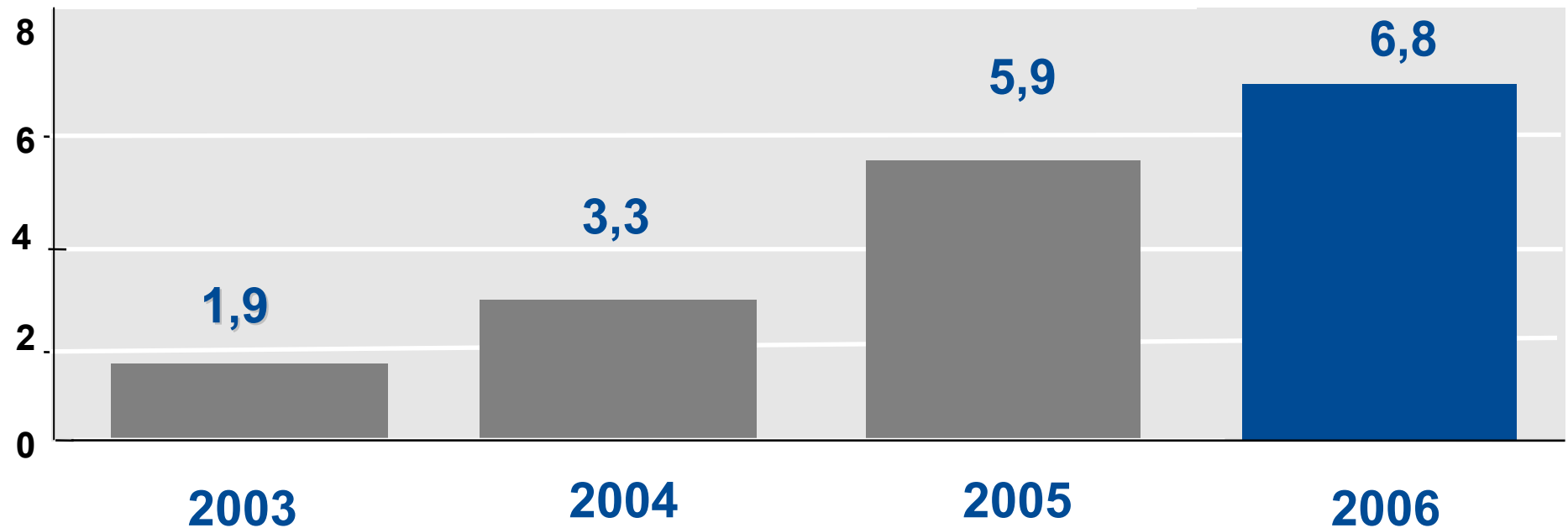
# Flächenbereinigtes Umsatzwachstum 2006

zum 31. Dezember, im Vgl. zum Vorjahr



# Betriebsergebnis EBIT

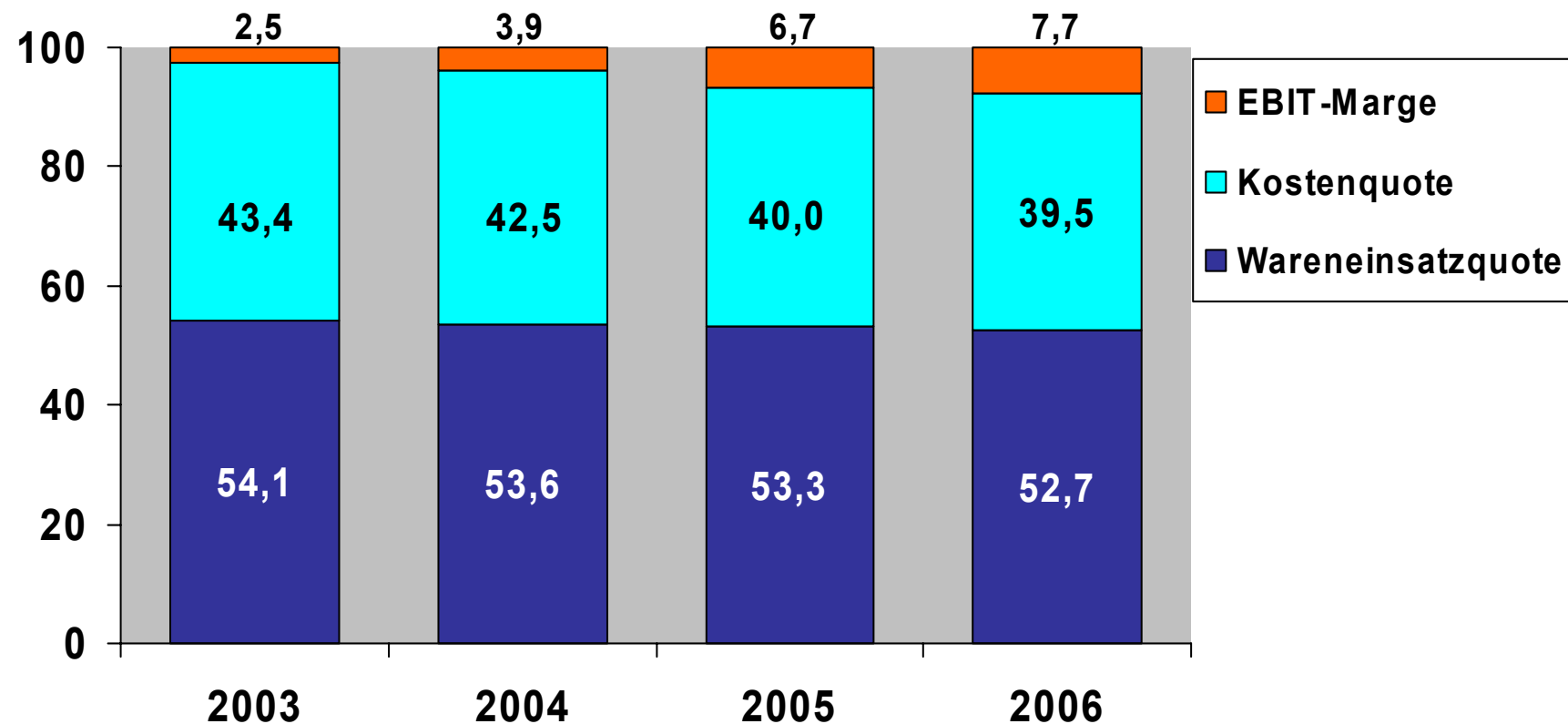
in Mio. €



# Kostenstruktur LUDWIG BECK

## in % vom Nettoumsatz

(Personalaufwand und sonstige betriebl. Aufwendungen saldiert mit zugeordneten sonstigen betrieblichen Erträgen und aktivierten Eigenleistungen)



# Konzernergebnis 2006

in Mio. €	2004	2005	2006
<b>EBIT</b>	<b>3,3</b>	<b>5,9</b>	<b>6,8</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,8</b>	<b>3,1</b>
<b>Konzern Jahresüberschuss (-fehlbetrag) nach Minderheiten</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>1,4</b>

# **LUDWIG BECK - Gewinnverteilung 2006**

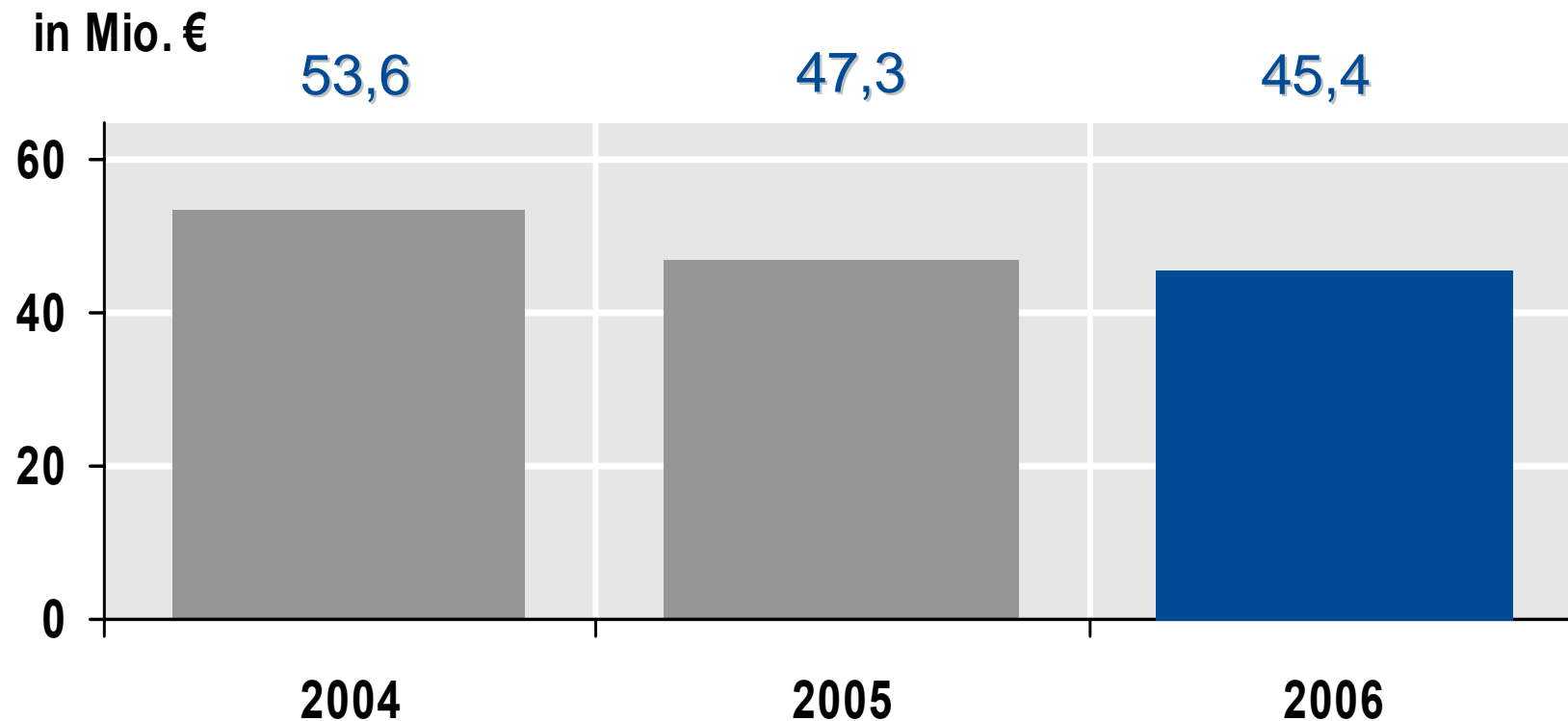
	<b>in T€</b>
<b>Konzern-Jahresüberschuss (nach Minderheiten)</b>	<b>1.398</b>
<b>Zuführung zur Rücklage</b>	<b>./ 471</b>
<b>Konzern-Bilanzgewinn</b>	<b>927</b>
<b>Dividende: 0,20 € pro Stückaktie</b>	<b>672</b>
<b>Zuführung zur Rücklage</b>	<b>255</b>
<b>Dividendensteigerung</b>	<b>► 100 %</b>
<b>Dividendenrendite (Basis: Kurs 8,00 €)</b>	<b>► 2,5 %</b>

# Konzernbilanz in Mio. €

Aktiva	31.12.06	31.12.05	Passiva	31.12.06	31.12.05
Langfristige Vermögenswerte	94,8	96,7	Eigenkapital	33,8	32,8
Kurzfristige Vermögenswerte	11,7	11,4	Abfindungsanspruch Minderheiten	8,9	8,9
			Langfristige Verbindlichkeiten	46,4	47,3
			Kurzfristige Verbindlichkeiten	17,4	19,1
Summe	106,5	108,1	Summe	106,5	108,1

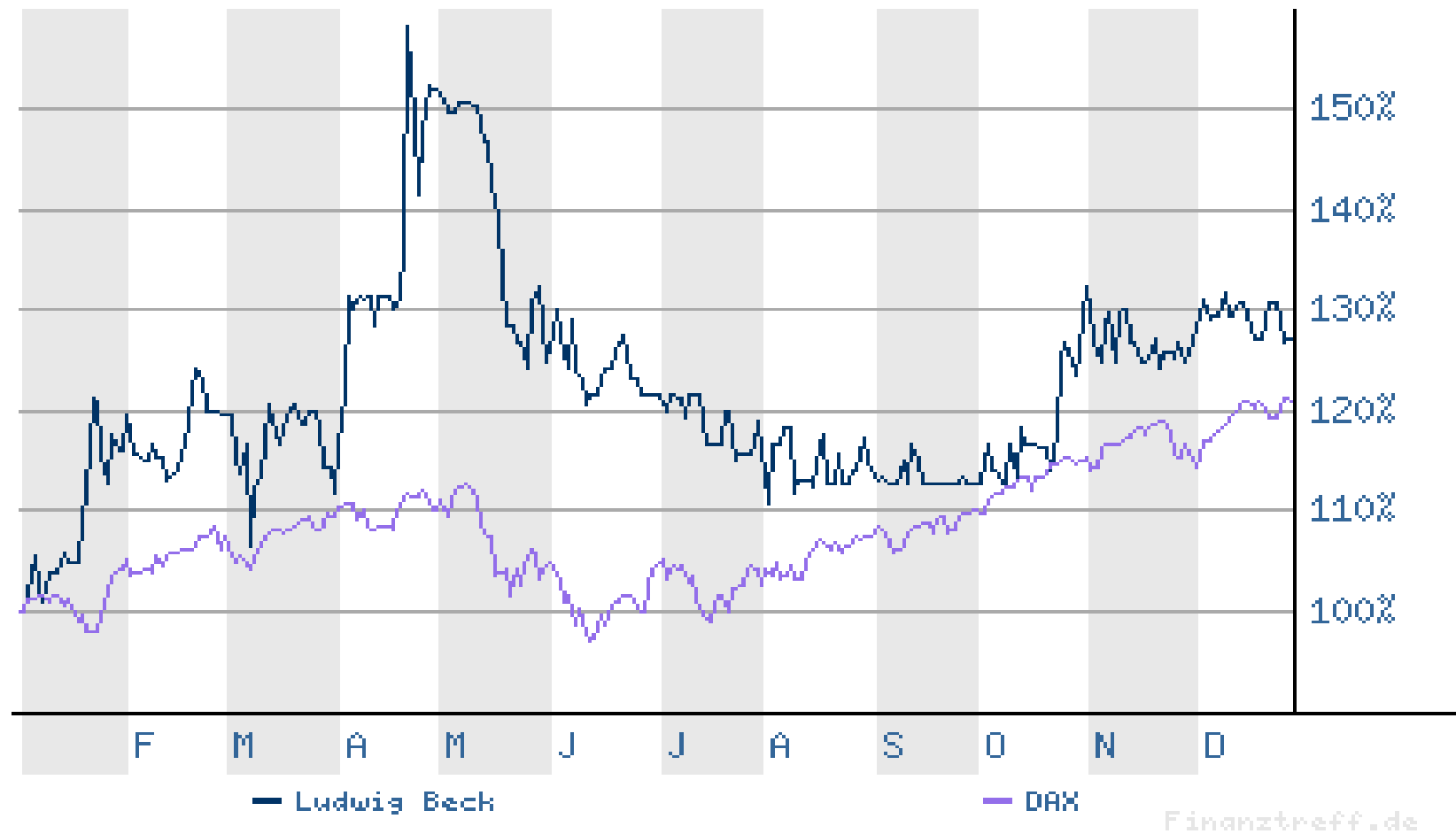
# Entwicklung der Verbindlichkeiten

im Konzern gegenüber Kreditinstituten (31.12.)



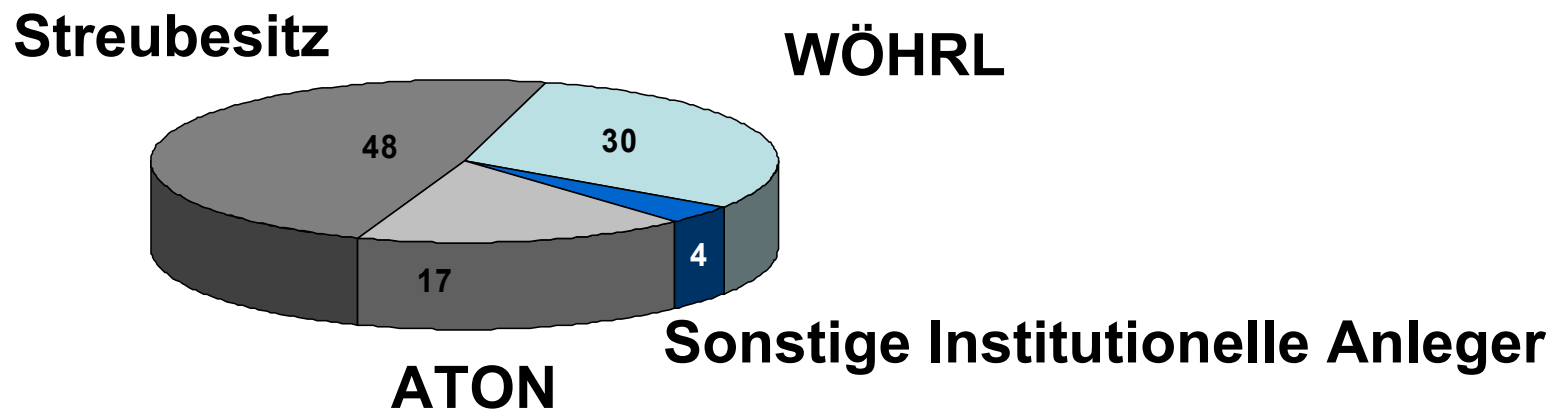
## 4. Aktie

# Aktienperformance 2006



# Aktionärsstruktur in %

Stand 31. Dezember 2006



- Der Freefloat beträgt ca. 70 %
- Die LUDWIG BECK AG hat derzeit ca. 3.600 Aktionäre
- WÖHRL ist seit April 2006 mit 29,91 % größter Einzelaktionär
- ATON GmbH seit Dezember 2006 mit 17,16 % beteiligt.

## **Beck mit neuen Investoren**

- **Wöhrl beteiligt sich im April 2006 mit 29,91 % an Beck**
- **ATON GmbH übernimmt die Anteile der Buchanan Holdings Ltd. - insgesamt 17,16 %**
- **ATON GmbH ist eine bekannte Beteiligungsgesellschaft mit Sitz in Fulda**
- **Aktien sind in "sicheren" Händen**
- **Aktionärsstruktur lässt "perspektivisches Handeln" zu**

## 5. Ausblick und Aufgaben 2007

## **Aufgaben 2007**

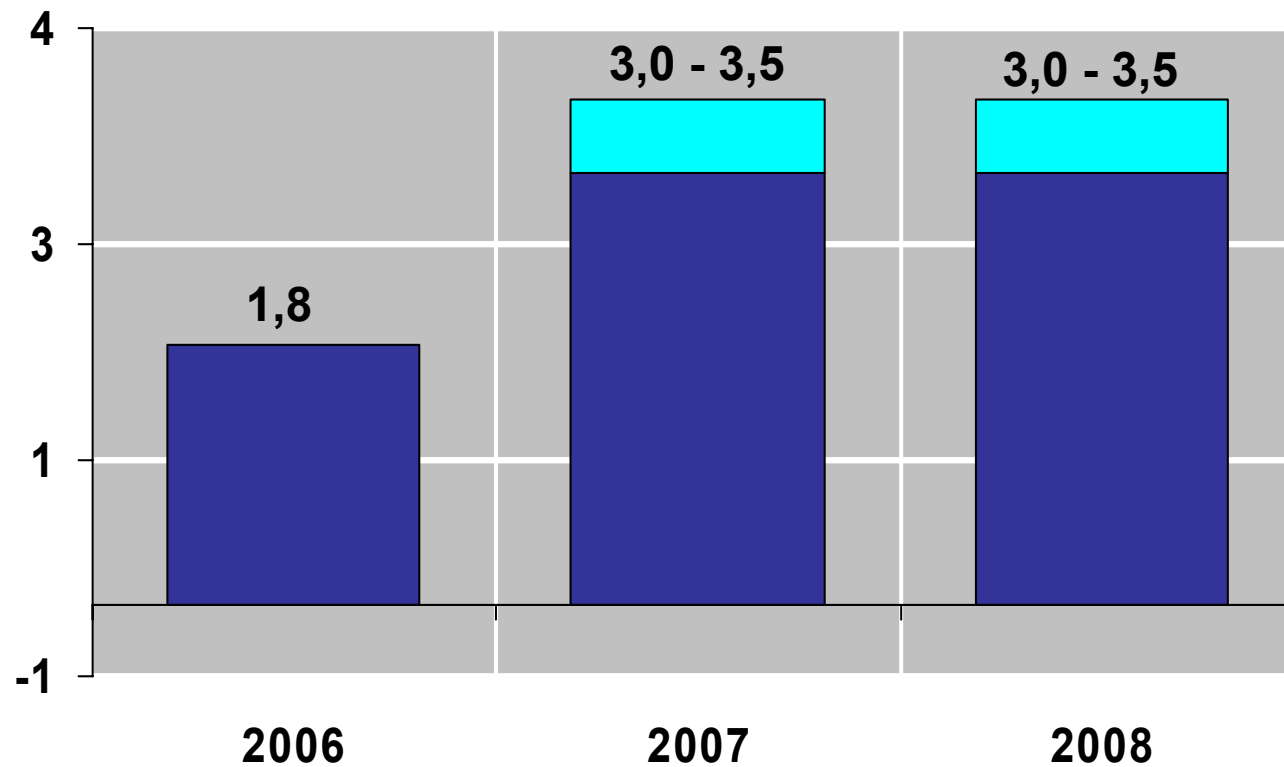
- **Auswirkungen der MwSt.-Erhöhung neutralisieren**
  - **Nochmalige Forcierung des Tempo im Trading-Up Prozess**
    - **Neueröffnung Damenmode**
    - **Umbau Erdgeschoss**
    - **Fassadenneugestaltung**
  - **Investitionsvolumen bis 2009:  
Neun Mio. € in das Verkaufshaus MPL**
- ⇒ **2007: Basis für deutlichen Gewinnsprung in 2008 legen**

## **Ausblick 2007**

- **keine nachhaltige Störung des Konsumumfeldes**
- **Kein Rückfall in die Rabattschlachten**
- **Weiterer Zuwachs im gehobenen Marktsegment**
- **Firmenkonjunktur setzt sich fort**
- **Ladenöffnungszeiten bleiben unverändert**
- **MwSt. Erhöhung wird nicht vollständig an die Konsumenten weitergegeben werden**

# Ausblick

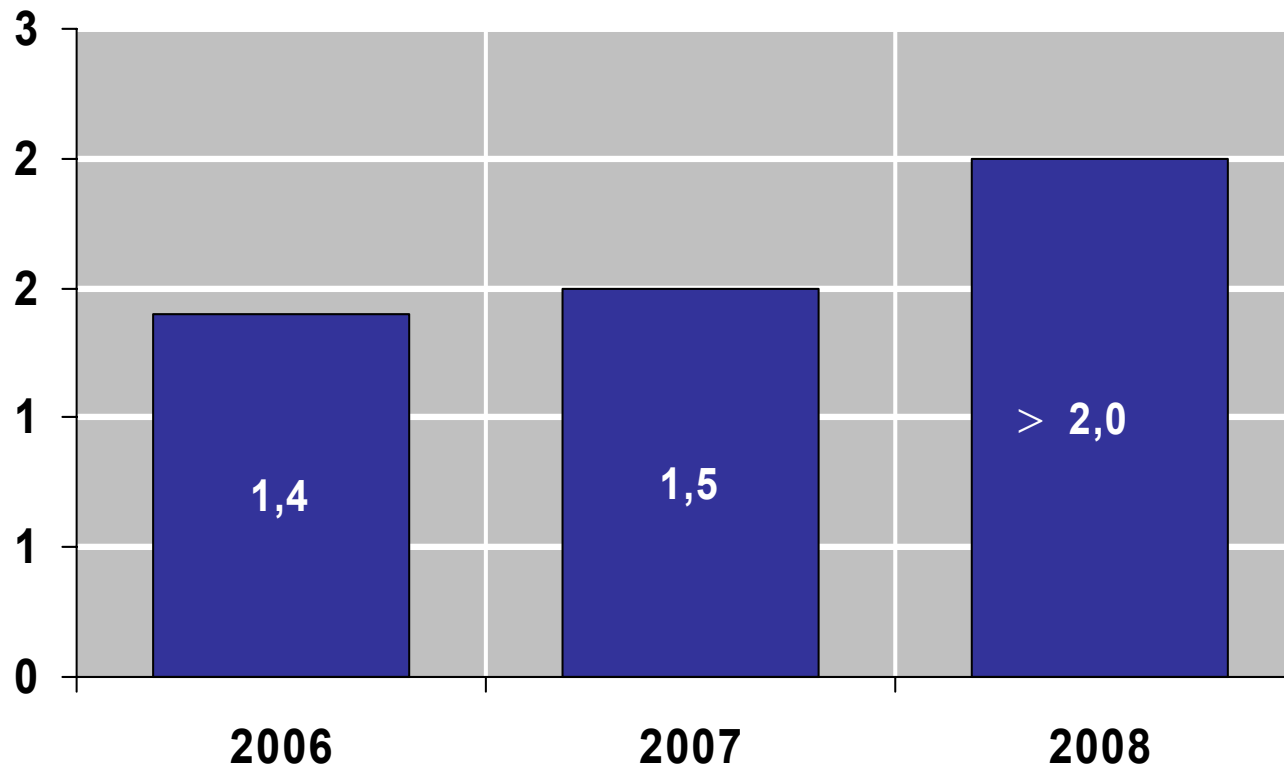
**Umsatz soll flächenbereinigt um 3,0 % - 3,5 % steigen**



**Umsatz**

# Ausblick

**JÜ n. M. soll von 1,4 Mio. € über 1,5 Mio. €  
auf mehr als 2,0 Mio. € steigen**



**JÜ n.M.**

## **Start in das Jahr 2007**

- Die MwSt.-Erhöhung hat zu keiner Eintrübung der Konsumentenstimmung geführt
- LUDWIG BECK hat die Bruttoumsätze per Februar im Konzern um 4 % gesteigert (flächenbereinigt)
- LUDWIG BECK hat weitere 600 qm am Marienplatz angemietet
- Der Start war sehr zufriedenstellend

# 2007: „LUDWIG BECK legt die Basis für weitere Erfolge!“



**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Ihr LUDWIG BECK Vorstand**

