

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

**Analystenkonferenz  
13. März 2007  
BHF Bank, Frankfurt**





LUDWIG BECK  
*Ludwig Beck*



# **Inhalt – das erwartet Sie heute**

- 1. Unternehmen**
- 2. Rahmenbedingungen und Highlights 2006**
- 3. Finanzkennzahlen**
- 4. Aktie**
- 5. Ausblick und Aufgaben 2007**

# 1. Unternehmen

# Das Unternehmen

- Ludwig Beck gründet 1861 seine Knopfmacher- und Posamentier-Werkstätte mit einem Laden in der Burgstraße direkt am Marienplatz
- Rund 150 Jahre später ist die kleine Kreativschmiede zu einem der innovativsten Handelsunternehmen Deutschlands gewachsen
- Einkaufen im „Kaufhaus der Sinne“ bedeutet Kompromisslosigkeit bei Qualität, Service und vor allem Exklusivität



## Die Standorte

**Im LUDWIG BECK Konzern befindet sich das traditionelle Geschäft mit dem Stammhaus am Marienplatz, den LUDWIG BECK Multilabel-Filialen, den LUDWIG BECK Monolabel Stores sowie dem LUDWIG BECK Lagerverkauf.**

**Die Gesellschaft umfasst zum Ablauf des Geschäftsjahres insgesamt das Stammhaus am Marienplatz, eine HAUTNAH-Filiale in den Fünf Höfen, 4 Multilabel-Filialen, 3 Monolabels und 1 Fashion-Outlet. Die Vero Moda Monolabel-Filiale in Regensburg wurde zum 01. Dezember 2006 verkauft.**

## Die Standorte im Detail

- **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**



# 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
- Ein unverwechselbarer Mix, der keine Wünsche offen lässt



# Das Konzept

- Seit 2003 verfolgt 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



# **Rahmenbedingungen und Highlights 2006**

# Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- **Weltwirtschaft mit Wachstumsrate von 3,8 % weiterhin auf hohem Niveau stabilisiert (lt. Vereinte Nationen)**
- **Europa im Aufwind - Bruttoinlandsprodukt wuchs um 2,6 % (lt. DIW)**
- **Deutschland weiterhin im Exportboom**
- **BIP legte unbereinigt zum Vorjahr um 2,5 % zu (lt. Statistischem Bundesamt)**
- **Exportwirtschaft erzielt 12,4 % Zuwachs (lt. Statistischem Bundesamt)**
- **Einzelhandel nach 15 defizitären Jahren schließt mit 1 % Plus (lt. TextilWirtschaft)**

## Highlights 2006

- Erwartungen für 2006 voll erfüllt
- Flächenbereinigter Umsatzzuwachs um 1,8 %
- Steigerung des Nettorohertrages um 0,9 % auf 41,3 %
- Erneut starker Zuwachs im EBIT um 17,7 % auf 6,8 Mio. €
- Kontinuierliche Senkungen der Kostenquote auf 39,5 Mio. €
- LUDWIG BECK-Aktie schlägt SDAX (Kursanstieg zum 30. Dezember 2006: **SDAX: 23 %, LUDWIG BECK: 30 % → 7,55 €** )

## **Highlights 2006**

- **Vorstandsvorsitzender Reiner Unkel verlässt mit Wirkung zum 01. Januar 2007 nach fast 10 Jahren das Unternehmen**
- **Oliver Haller wird mit Wirkung zum 01. Januar 2007 in den Vorstand der LUDWIG BECK AG berufen**
- **Kontinuierliche Entwicklung des Trading Up-Prozesses**
- **Erdgeschoss und Herrenabteilung in neuer Optik und mit neuen Marken**
- **Verschmelzung der LUDWIG BECK Vertriebs GmbH mit der LUDWIG BECK AG zum 01. Januar 2006 erfolgreich durchgeführt**

## Oliver Haller



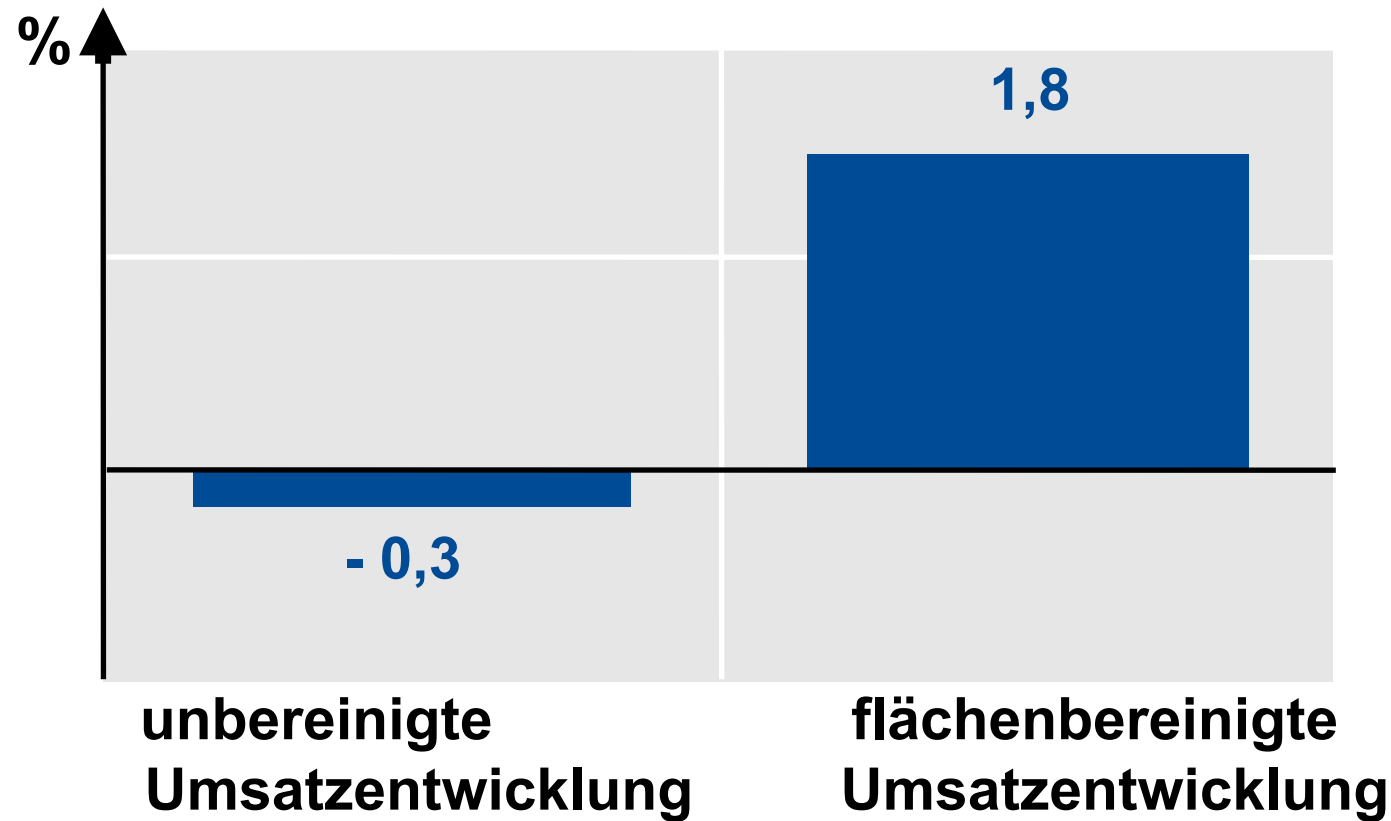
**Oliver Haller** war bis Ende 2006 Creative Director bei Breuninger, wo er 1996 seine Einzelhandelskarriere als Einkäufer startete. Mit großem Gespür für die Wünsche der Kunden gestaltete er seit 2002 die strategische Ausrichtung des Modehauses maßgeblich mit. Seit 2005 war er an der Entwicklung der kreativen und inhaltlichen Linie der Breuninger Kommunikation aktiv beteiligt. Am 01. Januar 2007 hat Oliver Haller den Vorstand für Einkauf, Verkauf und Marketing der LUDWIG BECK AG übernommen.



# Finanzkennzahlen

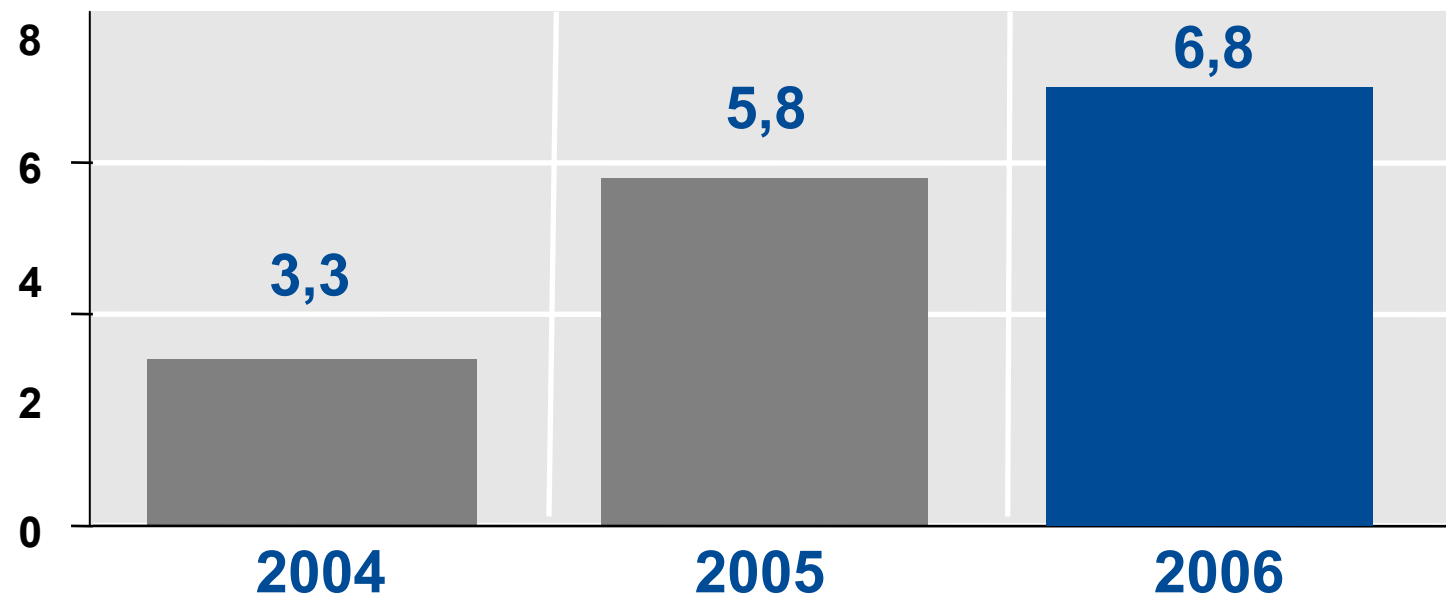
# Flächenbereinigtes Umsatzwachstum 2006

zum 31. Dezember, im Vgl. zum Vorjahr



# Betriebsergebnis EBIT

in Mio. €

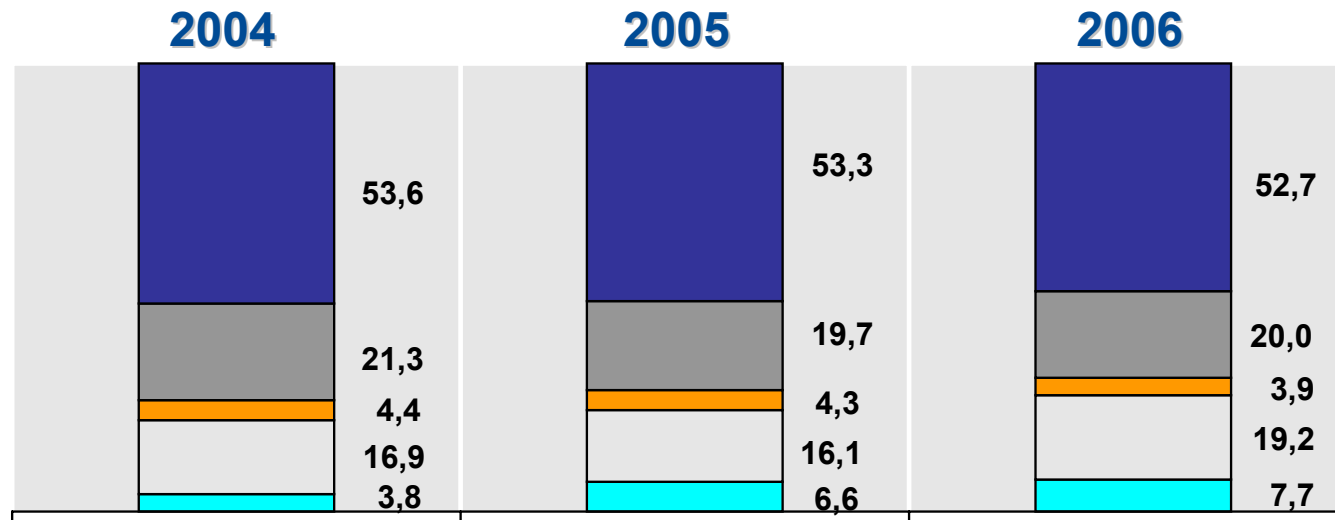


# Kostenstruktur von LUDWIG BECK

## Kosten und EBIT in % des Nettoumsatzes

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

in %



■ EBIT

■ Abschreibungen

■ Materialaufwand

■ Sonst. betr. Aufwendungen

■ Personalaufwand

## Konzernergebnis 2006

<b>in Mio. €</b>	<b>01.01.06 - 31.12.06</b>	<b>01.01.05 - 31.12.05</b>
<b>EBIT</b>	<b>6,8</b>	<b>5,8</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>3,1</b>	<b>1,8</b>
<b>Periodenergebnis (vor Minderheiten)</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>

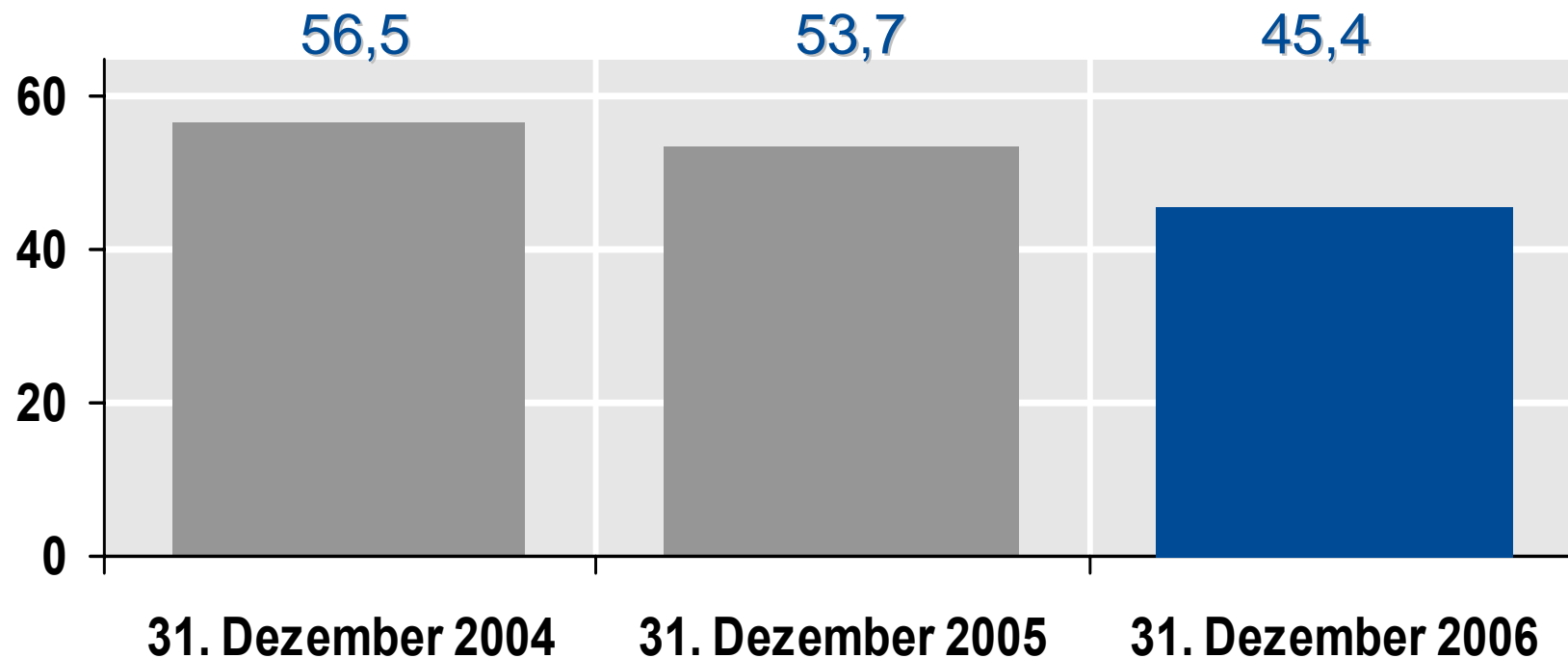
## Konzernbilanz in Mio. €

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

# Entwicklung der Verbindlichkeiten

im Konzern gegenüber Kreditinstituten

in Mio. €



# Aktie



# LUDWIG BECK – „Kaufhaus der Sinne“

- LUDWIG BECK ist nicht nur das bekannte, traditionsreiche „Kaufhaus der Sinne“, sondern auch ein erfolgreiches börsennotiertes Unternehmen
- Seit 1998 an der Deutschen Börse

## Im Überblick

- **Am 18. Mai 1998 ist die LUDWIG BECK-Aktie (Wertpapierkennnummer (ISIN) DE000519 9905) an die Börse gegangen**
- **Von Beginn an sind die Aktien im Qualitätsstandard der Deutschen Börse (Prime Standard, vormals SMAX) notiert und erfüllen somit die höchsten Anforderungen an Liquidität, Transparenz und Investor Relations**

# Die LUDWIG BECK Aktie

AKTIENSTAMMDATEN	DEUTSCHE BÖRSE
ISIN	DE0005199905
WKN	519990
Börsenkürzel	ECK
Tickersymbol Reuters	ECK.DE
Tickersymbol Bloomberg	ECK
Branche	Einzelhandel
Zulassungssegment	Amtlicher Mark, Prime Standard
Währung	EUR
Gattung	Inhaber-Stammaktien
Zugelassenes Kapital	EUR 8.589.703,60
Zugelassenes Kapital in Stück	3.360.000
Grundkapital	EUR 8.589.703,60
Grundkapital in Stück	3.360.000
Handelsplätze	Frankfurt/M, Stuttgart, München, Düsseldorf, Berlin/Bremen, Hamburg sowie Xetra
Erstnotierung	18.05.1998
Emissionspreis	34,00 DM (17,38€)
Indices	C-DAX, Classic All Share, Prime All Share
Rechnungslegungsart	Befreiender Konzernabschluss gern. IFRS
Ende des Geschäftsjahres	31.12.
Sitz der Gesellschaft	München
Land	Deutschland
Handelsregister	Amtsgericht München - HRB 100 213



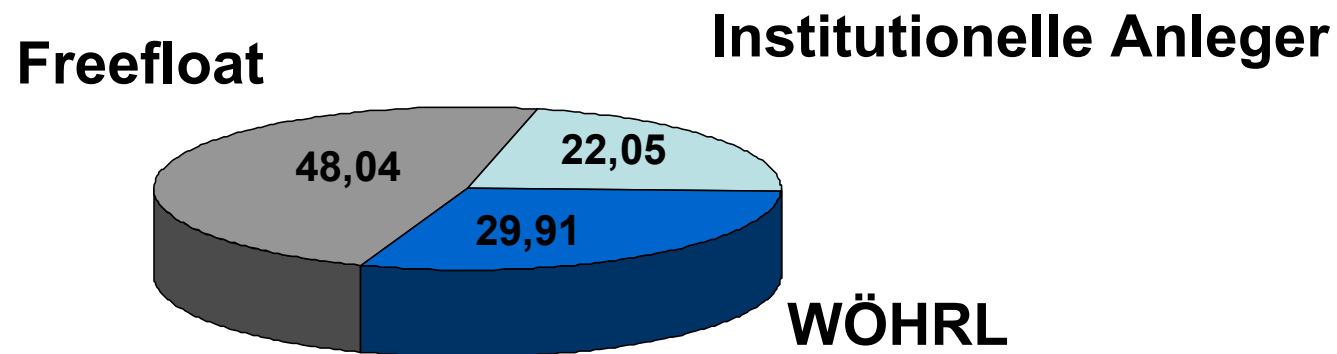
# Aktienperformance 2006



PERFORM. SEIT	LUDWIG BECK %		SDAX %	DAX %
einem Jahr	€ 4,99	+50,30	26,70	22,30
Jahresanfang	€ 6,00	+25,00	22,29	16,68
Jahreshoch	€ 9,65	-22,28	-4,17	2,13
Jahrestief	€ 5,95	+26,05	23,65	21,27

# 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

## **Beck mit neuen strategischen Investoren**

- **Wöhrl beteiligt sich mit 29,91 % an LUDWIG BECK;  
K. Schleicher verkauft seinen Anteil**
- **Aktien sind in „sicheren“ Händen**
- **Gerhard Wöhrl ist „Beck-Fan“**
- **Möglichkeiten einer engeren Zusammenarbeit gegeben**
- **aber: zwei rechtlich komplett getrennte Gesellschaften**
- **ATON GMBH übernimmt die Anteile der Buchanan Holdings  
Ltd – insgesamt ca. 17 %**
- **ATON GmbH ist eine bekannte Beteiligungsgesellschaft mit  
Sitz in Fulda**



# Ausblick und Aufgaben 2007

## **Ausblick 2007**

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



## **Aufgaben 2007**

- **Forcierung des Trading-Up Prozesses**
- **Fassadenneugestaltung**
- **Steigerung der Umsatzerlöse**
- **Erhöhung der Rohertragsmarge**
- **Reduzierung der Kostenquote**
- ▶ **2007: Ausbau des Gewinn-Niveaus**

# „LUDWIG BECK wächst weiter – und das mit Erfolg!“



**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Ihr LUDWIG BECK Vorstand**

