

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

**Analystenkonferenz**

**12. März 2009**



# Inhalt

1. LUDWIG BECK 2008
2. Finanzkennzahlen
3. LUDWIG BECK – Die Aktie
4. Aufgaben & Ausblick 2009



# 1. LUDWIG BECK 2008



## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

---

**LUDWIG BECK stemmt sich auch 2008 erfolgreich gegen negatives Branchenumfeld**

- + Weltwirtschaft ist geprägt durch die Finanzkrise und verbucht lediglich ein Wachstum von 2,8 % (lt. Jahresgutachten 2008/2009 des Sachverständigenrats)
- + Deutschlands Wirtschaftswachstum wurde durch den Außenhandel gebremst, erfährt jedoch positive Impulse durch einen Anstieg der inländischen Bruttoinvestitionen um 6,1 %

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

---

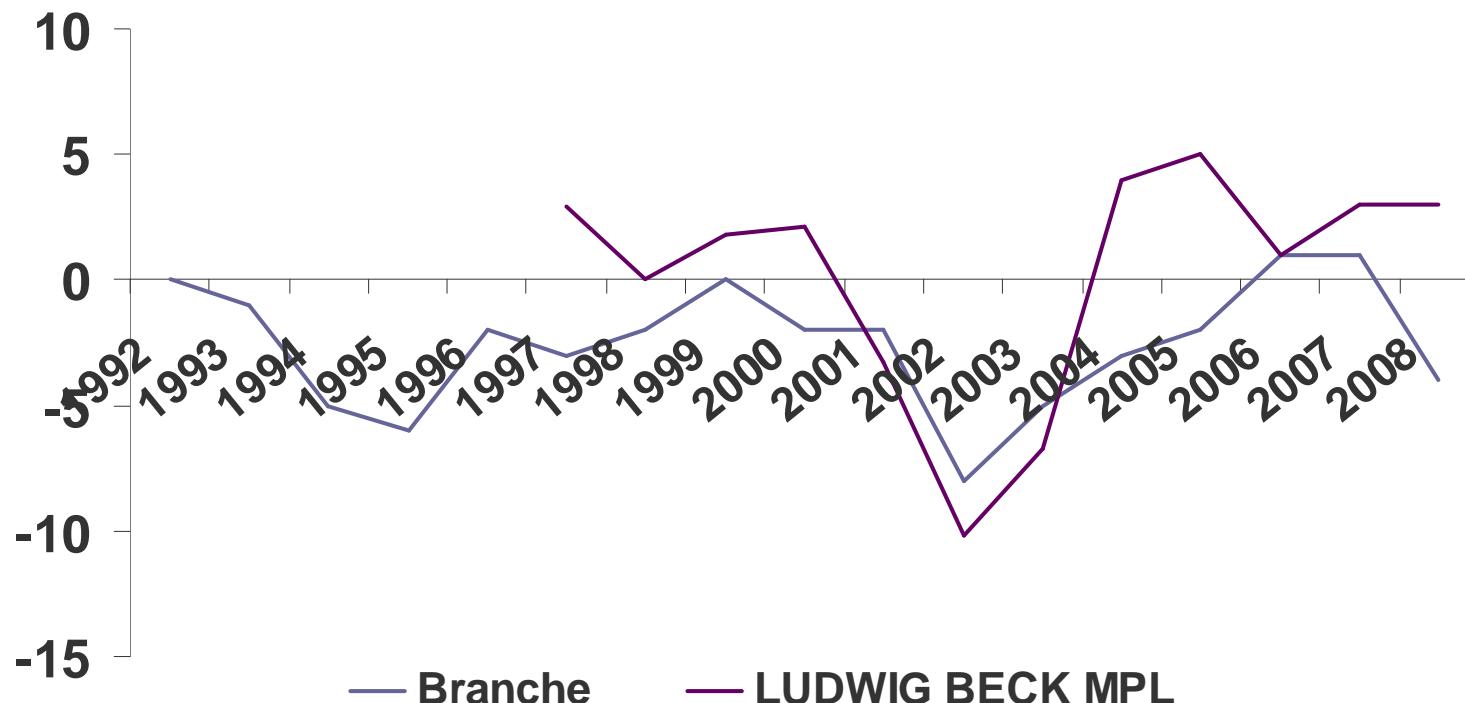
### LUDWIG BECK stemmt sich auch 2008 erfolgreich gegen negatives Branchenumfeld

- + BIP legt unbereinigt zum Vorjahr um 1,3 % zu  
(lt. Statistischem Bundesamt)
- + Textileinzelhandel schließt jedoch laut TextilWirtschaft mit einem Minus von 4 % ab

LUDWIG BECK erreicht trotz negativer Marktbedingungen ein flächenbereinigtes Umsatzplus von 1,8 %!

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

### Branchenumsätze 1992-2008 in % zum Vorjahr



## Highlights 2008

---

### Auch dieses Jahr haben wir vieles erreicht

- + Neueröffnung der neuen 1.000 qm Musikabteilung,  
LUDWIG BECK erhält den ECHO Sonderpreis
- + LUDWIG BECK erwirbt ein über 8.000 qm großes  
Grundstück, auf dem sich das Logistikzentrum des  
Unternehmens befindet und gründet die  
LUDWIG BECK Grundbesitz Haar GmbH  
als 100 %ige Tochtergesellschaft der  
LUDWIG BECK AG

## Highlights 2008

---

### Auch dieses Jahre haben wir vieles erreicht

- + Das Premium Lifestyle-Label Agent Provocateur eröffnet seinen ersten Store in München bei LUDWIG BECK
- + Schließung der Monolabel Stores s.Oliver in den Regensburg-Arcaden

Trotz schwacher Konjunktur hat sich LUDWIG BECK erneut gegen den Branchentrend abgekoppelt und konnte Erwartung für Geschäftsjahr 2008 vollumfänglich erfüllen!

## Strategie und Konzept

---

### Die Säulen des Erfolgs:

#### Stammhaus:

- + Unser Kerngeschäft findet am Münchener Marienplatz statt, dort findet der Kunde eine beeindruckende Markenauswahl im gehobenen Preissegment

#### Filialgeschäft:

- + Unser Filialgeschäft rundet das Geschäftsmodell von LUDWIG BECK in der Breite ab
- + Mit ihm erreichen wir Zielgruppen, deren Konsumwünsche vom Trading Up-Verkaufskonzept im „Kaufhaus der Sinne“ nicht abgedeckt sind

## Standorte 2008

---

### Hauptgeschäft:

- + **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 in der City-Galerie Augsburg
  - + LUDWIG BECK im City-Center Landshut



## Standorte 2008

---

### Filialgeschäft:

#### + Monolabel-Stores

- + ESPRIT im OEZ München
- + s.Oliver Regensburg

#### + LUDWIG BECK Fashion-Lager in Parsdorf



## Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

**... ist und bleibt das Haupt-Asset der Gesellschaft**

- + Der Münchener Marienplatz gilt als Hauptanziehpunkt der Stadt und ist einer der begehrtesten Einzelhandelslagen in Europa
- + Auf ca. 11.000 qm empfängt das Kaufhaus täglich rund 20.000 bis 40.000 Besucher

# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

**... ist und bleibt das Haupt-Asset der Gesellschaft**



## Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

### **... ist und bleibt das Haupt-Asset der Gesellschaft**

- + Der Münchener Marienplatz gilt als Hauptanziehpunkt der Stadt und ist einer der begehrtesten Einzelhandelslagen in Europa
- + Auf ca. 11.000 qm empfängt das Kaufhaus täglich rund 20.000 bis 40.000 Besucher
- + An diesem Ort erwirtschaftete die Gesellschaft im Jahr 2008 einen Umsatz in Höhe von 89,1 Mio. € (+ 2,7 Mio. € / + 3,1 %)
- + Das Stammhaus am Marienplatz generiert somit rund 90 % des Gesamtumsatzes

## Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

### Was macht das „Kaufhaus der Sinne“ aus?

- + Traditionshaus mit außergewöhnlichem Ambiente seit 1861
- + Kundenorientierter Service eines kompetenten Fachgeschäfts
- + Hochwertiger Produkt- und Markenmix
- + Einzigartige Einkaufserlebnisse dank unvergesslicher Events

# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

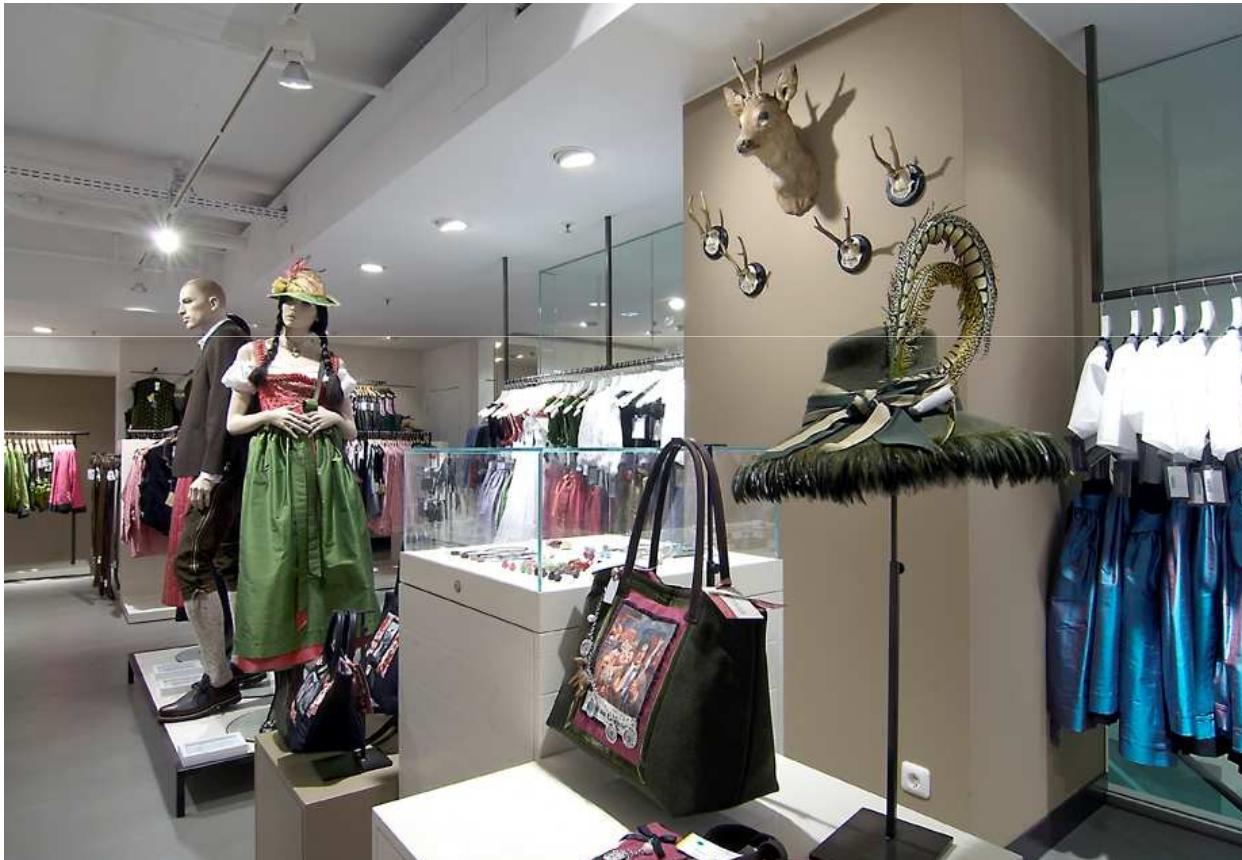
## Impressionen



# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

## Impressionen



# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

## Impressionen



## Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

### Permanentes Trading Up sichert den Erfolg

- + Höchster Anspruch an Warenpräsentation und Darstellung
- + Auswahl nationaler wie internationaler Top-Marken
- + Leadership bezüglich neuer Marken- und Produkttrends

## Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

---

### Trading Up 2008:

- + Durch Umbaumaßnahmen im Stammhaus im Jahr 2008 hat sich die Verkaufsfläche auf ca. 11.000 qm vergrößert
- + Herausstechend ist hierbei die neue und einzigartige Musikabteilung, die sich seit Mai 2008 auf 1.000 qm erstreckt

Hier wurde bereits kurz nach Neueröffnung ein Umsatzplus in Höhe von knapp 10 % verzeichnet!

# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

## Die neue Musikabteilung



# Das „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz

## Die neue Musikabteilung



## Aktionen 2008

---

### Exklusive Beispiele:

- + M.A.C präsentierte in einem Sonderevent die limitierte Make-up Linie der französischen Künstlerin Fafi
- + Neueröffnung der renommierten Musikabteilung, in der Stars wie der weltberühmte Pianist Nikolai Tokarev zu Gast waren
- + Der Pop-up Store „RedFlag“ präsentierte sich für zwei Monate in der 4. Etage

## Aktionen 2008

---

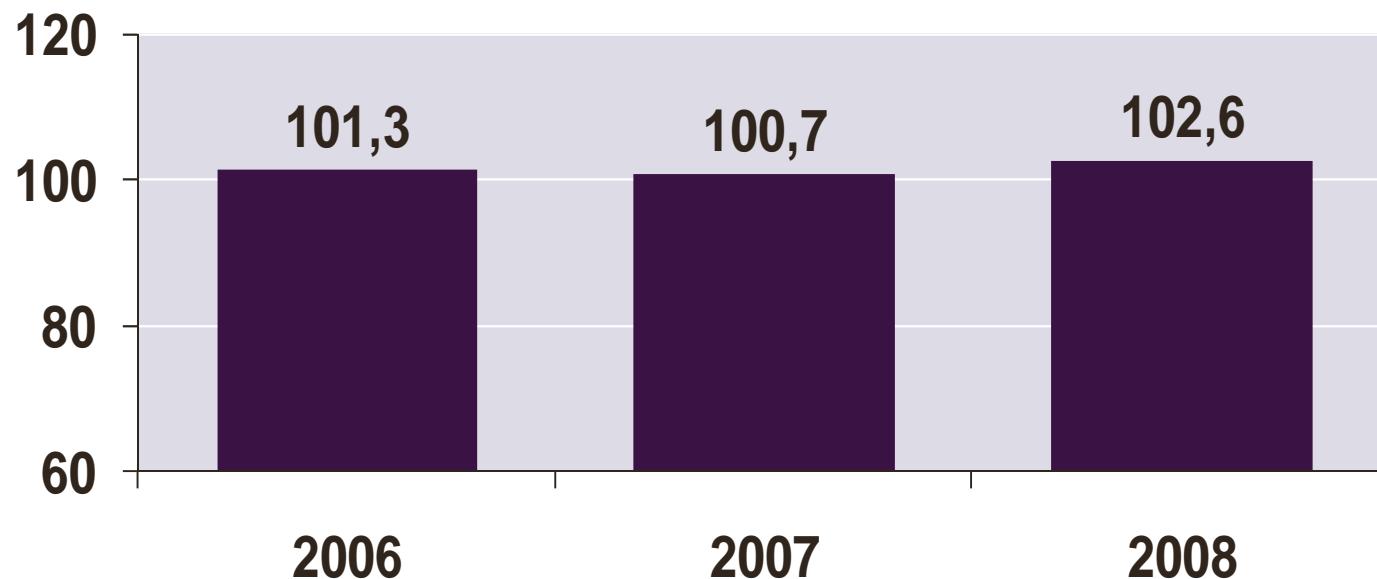
So sieht Einkaufen bei LUDWIG BECK aus:



## 2. Finanzkennzahlen

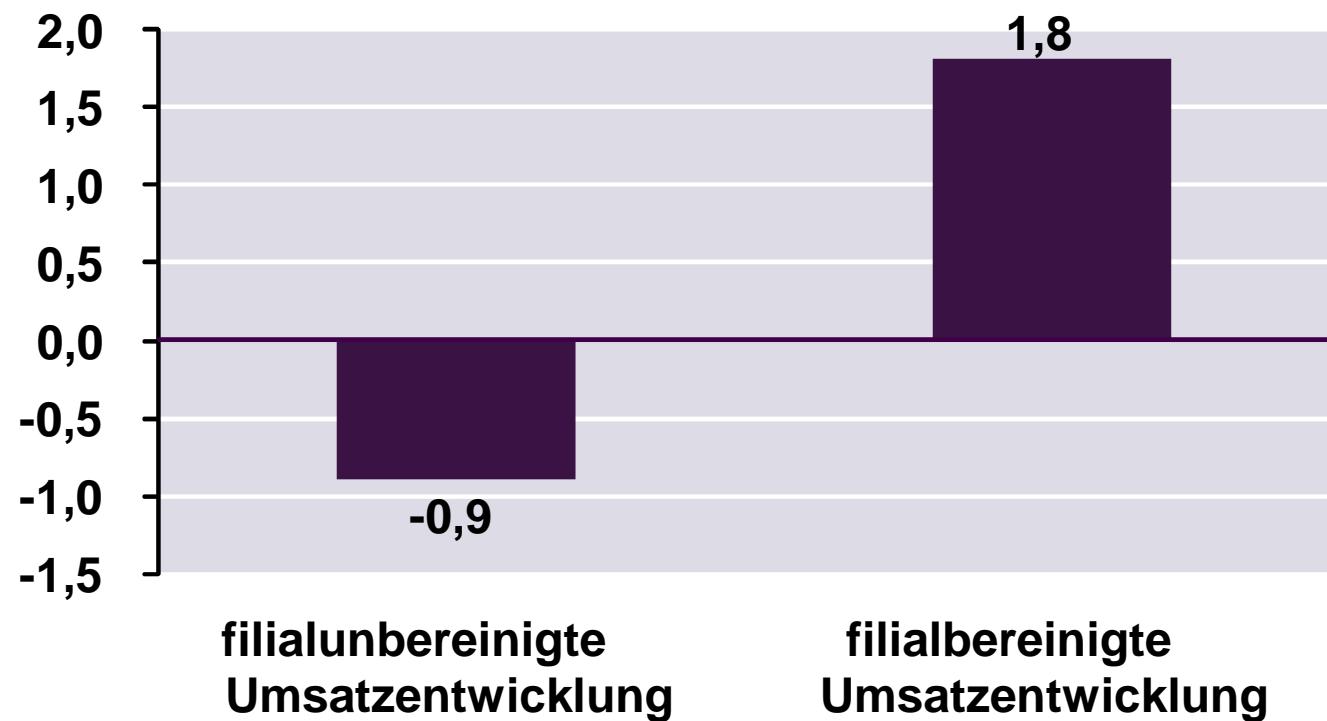
## Brutto-Umsatzentwicklung

in Mio. € filialbereinigt



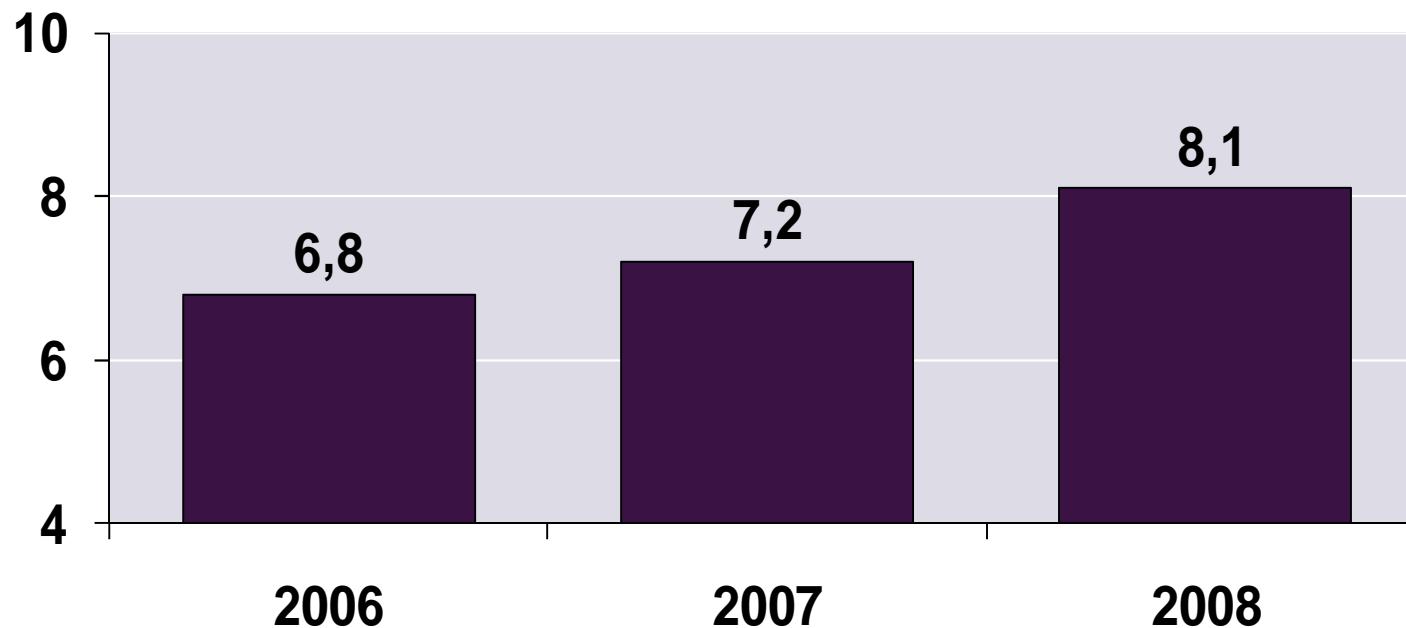
## Brutto-Umsatzentwicklung

in %, im Vergleich zum Vorjahr



## Betriebsergebnis EBIT

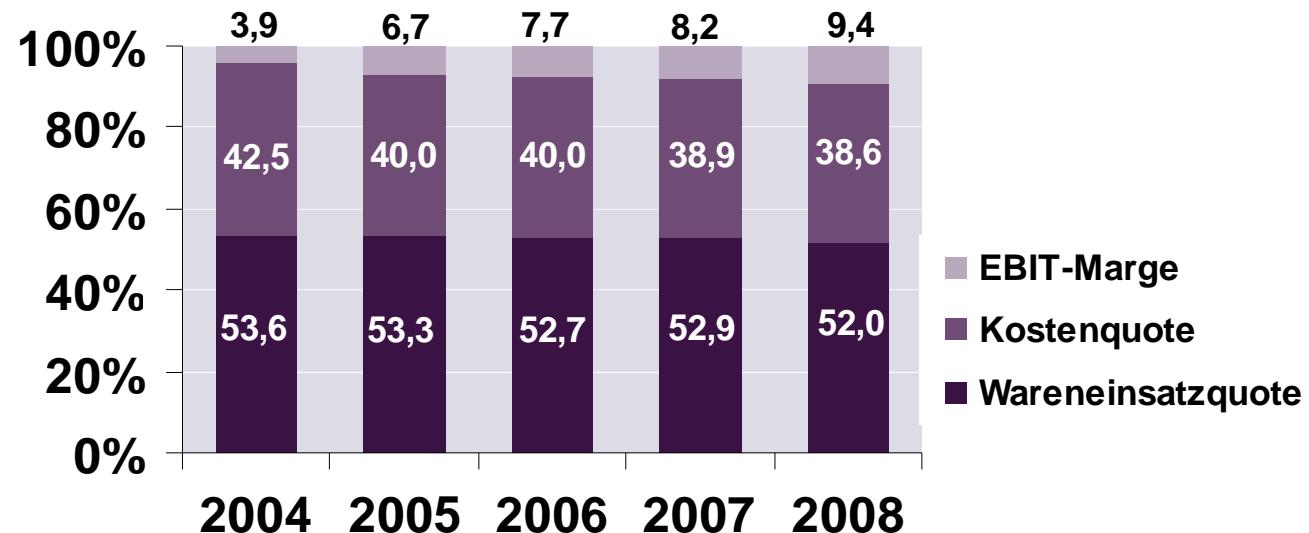
Mio. €



LUDWIG BECK hat Wort gehalten und im Jahr 2008  
EBIT um 13,5 % gesteigert!

# Kostenstruktur

## % des Nettoumsatzes



LUDWIG BECK hat erneut Kostenquote um 0,3 % Punkte gesenkt und ist seinem Motto der permanenten Kostenoptimierung treu geblieben!

## Konzernergebnis 2008

---

in Mio. €	2008	2007	Veränderung
EBIT	8,1	7,2	+ 13,5 %
Finanzergebnis	-3,7	-4,1	- 9,0 %
EBT	4,4	3,1	+ 42,8 %

LUDWIG BECK steigert Ergebnis vor Steuern um 42,8 %!

## Konzernergebnis 2008

in Mio. €	2008	2007	Veränderung
<b>EBT</b>	<b>4,4</b>	<b>3,1</b>	<b>+ 42,8 %</b>
<b>Steuern</b>	<b>1,7</b>	<b>0,5</b>	<b>+ 229,0 %</b>
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>+ 4,9 %</b>

LUDWIG BECK steigert Jahresüberschuss um 4,9 %!

## LUDWIG BECK – Gewinnverteilung 2008

	in T€
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>2.715</b>
<b>Zuführung zur Rücklage</b>	<b>./. 796</b>
<b>Konzern-Bilanzgewinn</b>	<b>1.919</b>
<b>Dividende: 0,30 € pro Stückaktie</b>	<b>1.109</b>
<b>Zuführung zur Rücklage</b>	<b>810</b>
<b>Dividendenrendite</b>	<b>► 3,3%</b>

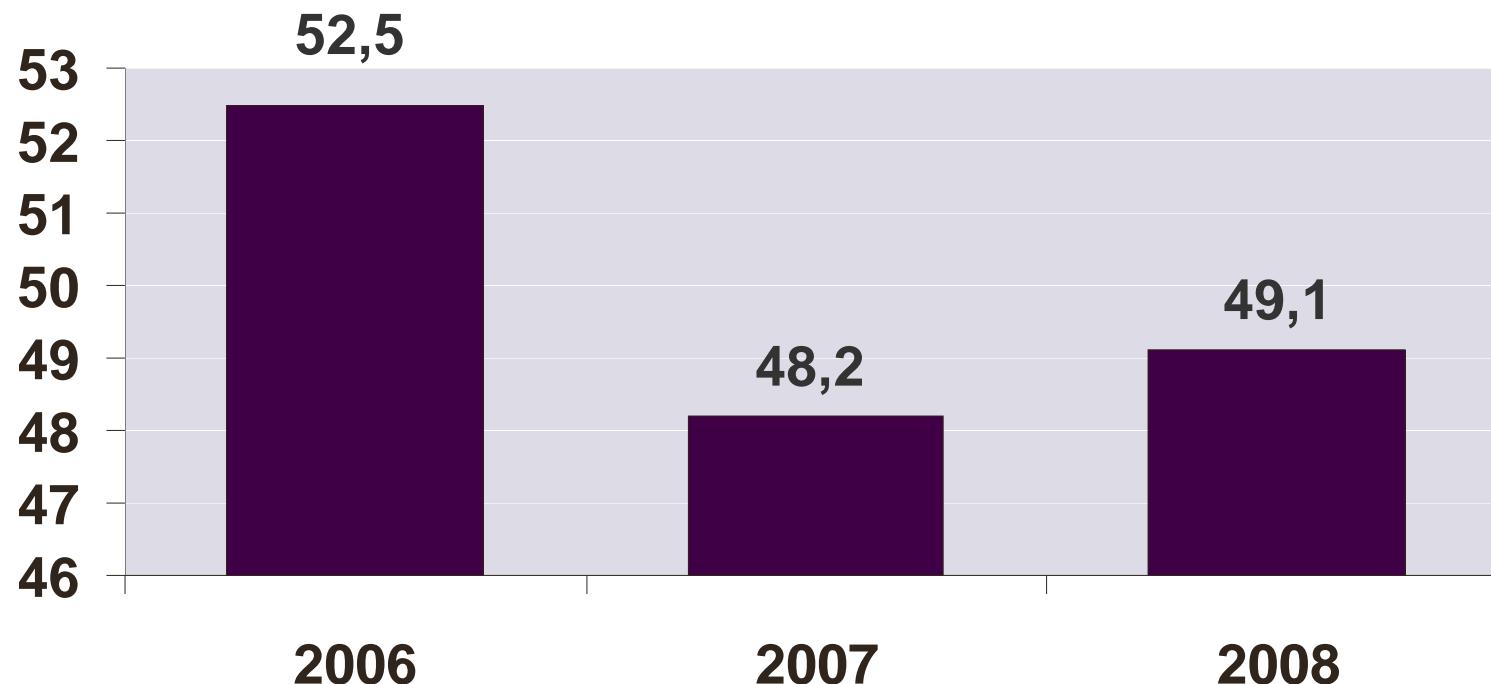
## Konzernbilanz in Mio. €

---

Aktiva	31. Dez. 2008	31. Dez. 2007	Passiva	31. Dez. 2008	31. Dez. 2007
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>97,8</b>	<b>94,6</b>	<b>Eigenkapital</b>	<b>41,8</b>	<b>40,2</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>15,1</b>	<b>12,8</b>	<b>Abfindungsanspruch Minderheiten</b>	<b>8,8</b>	<b>8,8</b>
<b>Summe</b>	<b>112,9</b>	<b>107,4</b>	<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>43,7</b>	<b>43,7</b>
			<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>18,6</b>	<b>14,7</b>
				<b>112,9</b>	<b>107,4</b>

## Entwicklung der verzinslichen Verbindlichkeiten

Mio. €



Trotz Grundstückserwerb nur marginale Steigerung!

# 3. LUDWIG BECK – Die Aktie



# Aktienstammdaten 2008

---

ISIN	DE0005199905
WKN	519990
Börsenkürzel	ECK
Branche	Einzelhandel
Zulassungssegment	Prime Standard
Anzahl der Aktien	3.695.000
Marktkapitalisierung (31. Dez. 2008)	33,8 Mio. €
Handelsplätze	Frankfurt/M., Stuttgart, München, Düsseldorf, Berlin/Bremen, Hamburg, XETRA
Jahresendkurs	9,14 €
Höchstkurs (7. Jan. 2008)	13,65 €
Tiefstkurs (30. Okt. 2008)	6,80 €
Aktueller Kurs (6. März. 2009)	9,10 €
Designated Sponsor	VISCARDI AG

## Aktienentwicklung 2008

**LUDWIG BECK Aktie schloss auch 2008 besser als DAX und Branche (Prime Retail) ab**



## Aktienentwicklung 2009

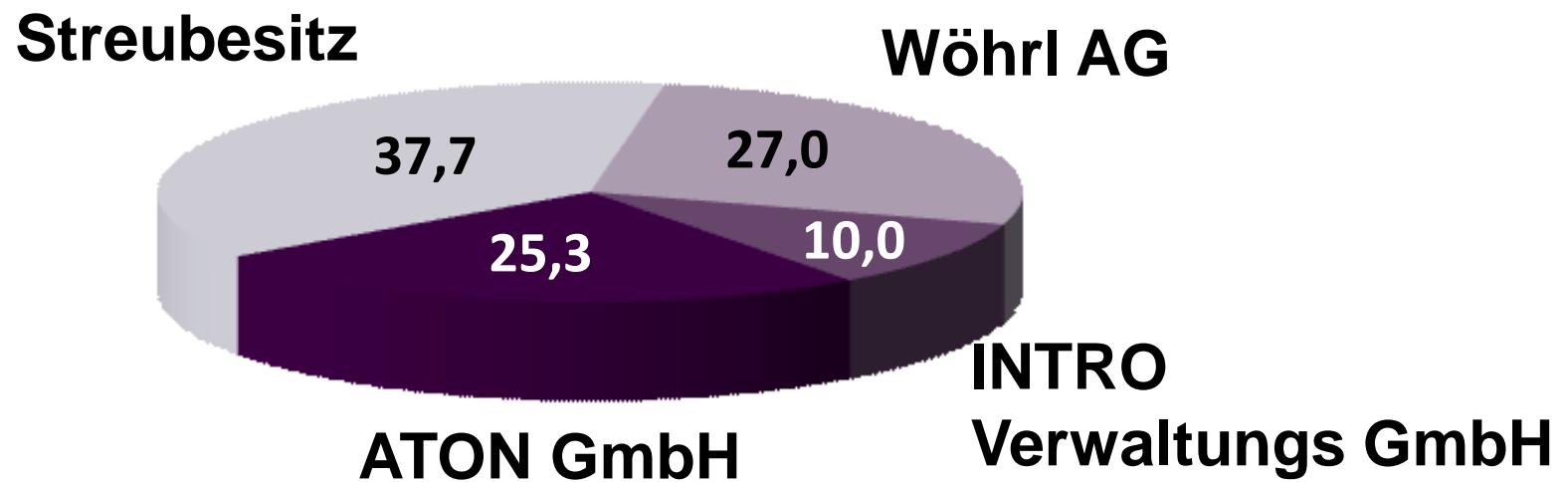
**... und auch 2009 hebt die sich Entwicklung der Aktie deutlich von DAX und Branche (Prime Retail) ab**



## Aktionärsstruktur

---

in %



Stand Februar 2009

# LUDWIG BECK und seine Aktionäre

---

## Konstante Aktionärsstruktur

- + LUDWIG BECK hat derzeit ca. 3.200 Aktionäre
- + Die Basis der Aktionärsstruktur bildet der Streubesitz
- + Die Rudolf Wöhrl AG hält 27,0 % und ist größter Einzelaktionär
- + Die ATON GmbH ist mit 25,3 % an LUDWIG BECK beteiligt
- + Die INTRO Verwaltungs GmbH verfügt über 10,0 % der Stimmrechte

## Dividendenentwicklung

### LUDWIG BECK ist ein Dividendentitel

Dividenden Ausschüttung	2008	2007	2006
Dividende je Aktie in €	0,30	0,30	0,20
Dividendenrendite in %	3,3	2,2	2,6
Ausschüttungssumme in Mio. €	1,1	1,1	0,7

LUDWIG BECK möchte seine Aktionäre stets am Erfolg des Unternehmens teilhaben lassen und wird diesem Grundsatz auch 2008 folgen!

# 4. Aufgaben & Ausblick 2009



## Ausblick 2009

---

### LUDWIG BECK wird weiter wachsen!

- + Weltwirtschaft droht Flaute durch anhaltende Turbulenzen an den internationalen Finanzmärkten
- + Düstere Prognosen für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, Nachrichten über Insolvenzen, Arbeitsplatzabbau und Staatsschulden in Milliardenhöhe

LUDWIG BECK ist dennoch positiv gestimmt und vertraut in einem turbulenten Umfeld vor allem auf die eigene Wachstumsdynamik!

## Erfolgsdynamik durch ...

---

1. Einzigartiges Konzept
2. Einer der besten Standorte in Europa
3. Mitarbeiter, die den Unterschied machen
4. Zusätzliches Umsatz- und Ertragspotenzial durch Trading Up und fortlaufende Kostenoptimierung

## Status Quo

---

### Gelungener Start ins Jahr 2009

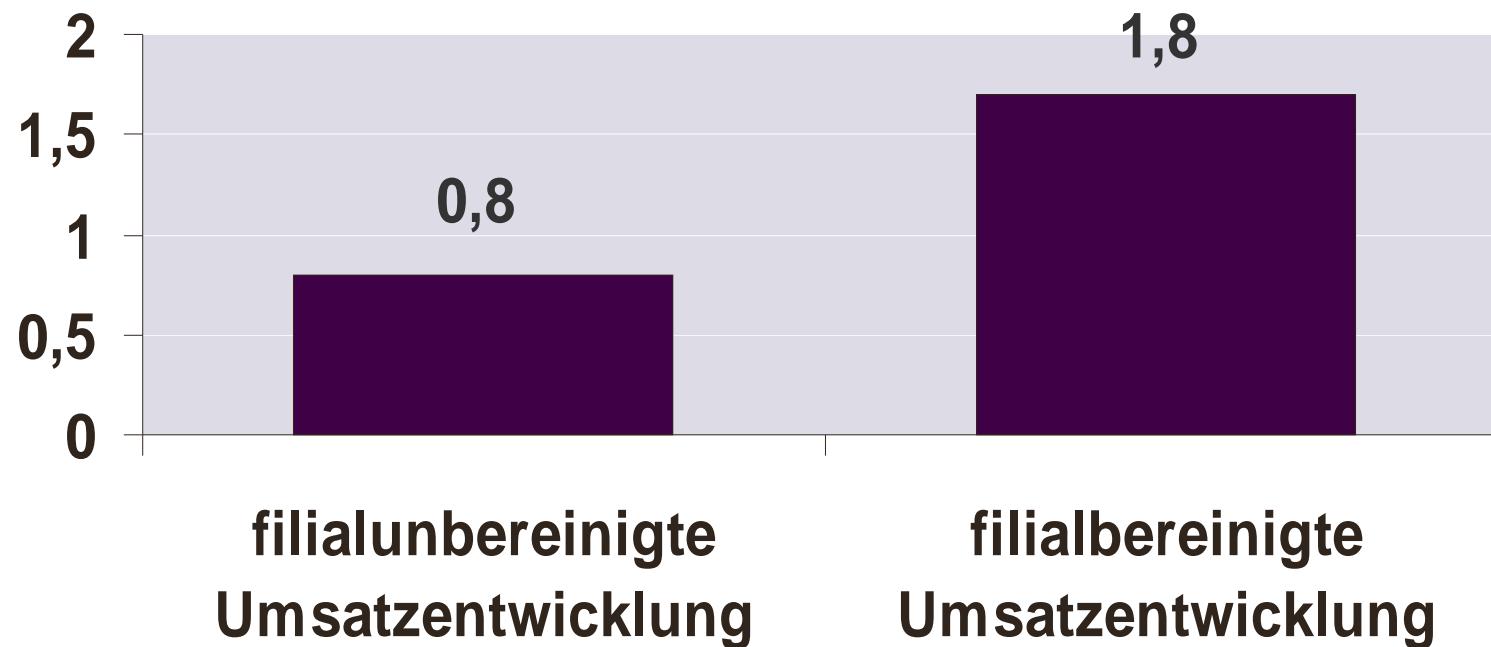
- + Langfristige Prognosen sind derzeit schwierig zu treffen
- + Wirtschaftliche Flaute hat Umsatzentwicklung im Januar nicht beeinträchtigt
- + Per Februar 2009 hat LUDWIG BECK die Bruttoumsätze filialbereinigt im Konzern um 1,8 % gesteigert
- + Berichtsjahr hatte 2 Verkaufstage weniger

## Gelungener Start ins Jahr 2009

---

**Umsatzentwicklung per 28. Februar 2009**

**in % zum Vorjahr**



## Aufgaben 2009

---

### Trading Up zahlt sich noch stärker aus

- + Umbau und Flächenerweiterung aus 2008 werden 2009 erstmals greifen
- + Kontinuierliches Trading Up und Kostenoptimierung werden auch weiterhin im Fokus unserer Anstrengungen stehen
- + Zur Zeit wird die Designer-Abteilung um 700 qm erweitert
- + Ein Erfolg im Jahr 2009 will hart erarbeitet sein
- + Ziel: EBT-Marge > 4 % (2007: 3,6 %)

**„Auch im Jahr 2009 wollen wir  
besser als die Branche sein!“**



**Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**

**Ihr LUDWIG BECK Vorstand**

