

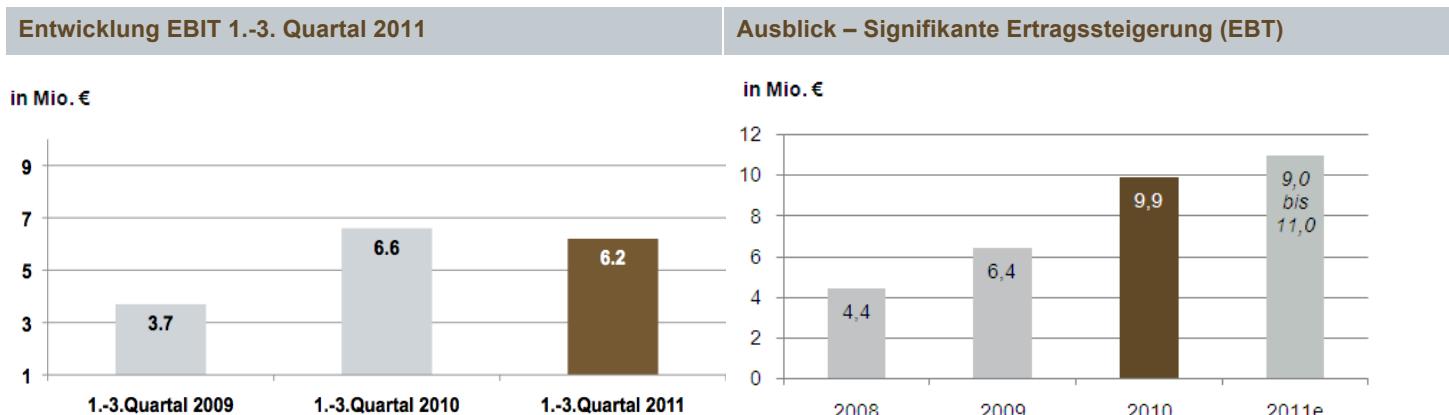
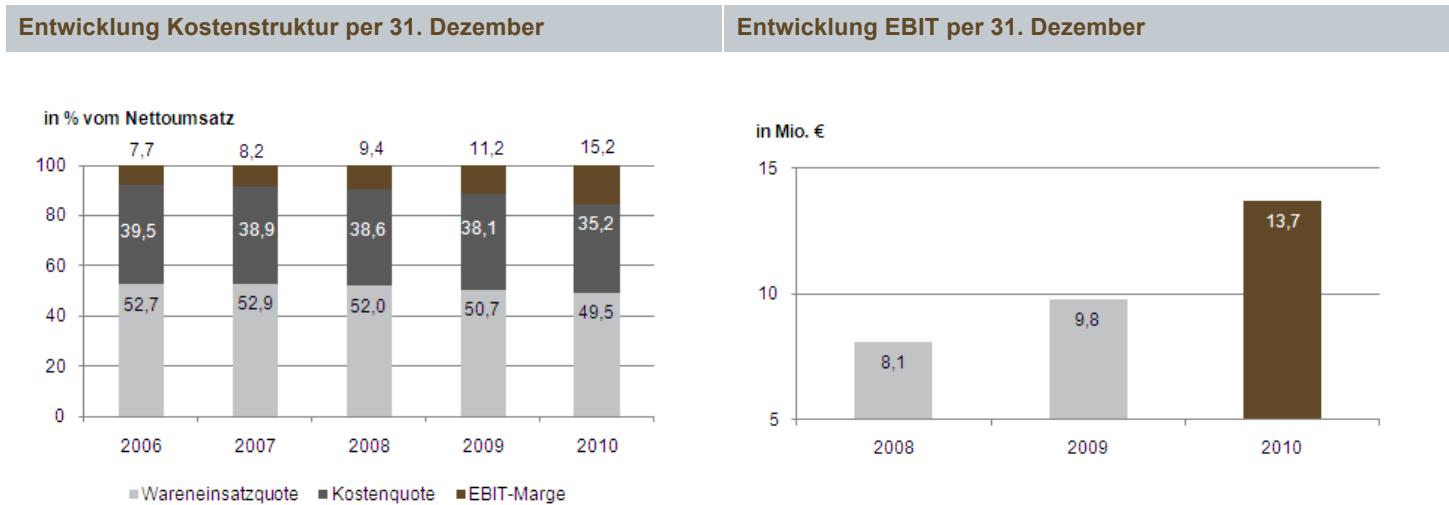
LUDWIG BECK – Stil hat ein Zuhause

Fact Sheet – zum 30.09.2011

Portrait	Marktumfeld
<p>Vor 150 Jahren begann die Erfolgsgeschichte von LUDWIG BECK. Ursprünglich als Knopfmacher- und Posamentierwerkstätte gegründet, ist das Modeunternehmen mittlerweile zu einem Inbegriff für Klasse und Lifestyle geworden.</p> <p>Der Fokus liegt auf ausgewählten Mode- und Designermarken, die Produktpalette erstreckt sich von Textilien über Kult-Kosmetik und Musik bis hin zu edlen Accessoires und Lederwaren. Dank eines außergewöhnlichen und qualitativen Sortimentsmix hat sich das „Kaufhaus der Sinne“ weit über die bayerischen Grenzen hinaus einen Namen gemacht und sich somit weltweit eine unangefochtene Platzierung unter den besten Kaufhäusern gesichert.</p>	<p>Der für LUDWIG BECK relevante Markt ist der Einzelhandelsmarkt in München und Umgebung. Das Einzugsgebiet umfasst mehr als 4,7 Mio. Menschen, die Kaufkraft in diesem Gebiet ist weit überdurchschnittlich und liegt ca. ein Drittel über dem Bundesdurchschnitt. Hauptwettbewerber von LUDWIG BECK sind Kaufhäuser wie Lodenfrey, Konen, Hirmer und Oberpollinger.</p>
<p>Das Stammhaus befindet sich seit jeher am Münchener Marienplatz, einem der Top-Geschäftsstandorte Europas mit Erfolgsgarantie. In diversen Sortimenten ist LUDWIG BECK bereits europaweit Marktführer. So setzt die Musikabteilung des Kaufhauses rund 1 % des Weltmarktumsatzes im Bereich „Klassische Musik“ um.</p>	<p>Am Kapitalmarkt besetzt LUDWIG BECK ein Alleinstellungsmerkmal. Denn seine Peer Group, die sich auf große Einzelhandelsgruppen wie Douglas, Fielmann oder die Metro Group beschränkt, ist mit dem Münchener Modekaufhaus schwer zu vergleichen. LUDWIG BECK ist kein Filialunternehmen, hat eine wesentlich höherwertigere Produktpalette als die meisten seiner Mitbewerber, ist kein Versandhandel, ist nicht im Food-Bereich tätig und weist keinerlei einzelhandelsfremde Aktivitäten auf.</p>
	<p>Kurz gesagt: LUDWIG BECK ist eine Modegruppe par excellence, das als einzigartiges Unternehmen und Investment zu betrachten ist.</p> <p>150 Jahre LUDWIG BECK</p> <p>Im Jahr 1861 legte Ludwig Beck (1832 – 1885), Knopfmacher und Hofposamentier, den Grundstein für ein Kaufhaus, das immer mehr wollte, als nur Produkte zu verkaufen. Neben Knöpfen, Kurzwaren, Posamenten, Bändern und Spitzen gibt es ab 1892 auch Seidenstoffe, Weißware und Bekleidung. 1938 wird LUDWIG BECK an den Textilkaufmann Gustl Feldmeier verkauft. Die Zerstörung während des Zweiten Weltkrieges leitet eine neue Ära ein: Das Kaufhaus wird entscheidend vergrößert und zu einer echten Münchener Institution ausgebaut. 1988/1989 kommt die heute preisgekrönte Musikabteilung dazu. Seit 2008 in der 5. Etage auf ca. 1.000 qm und mit mehr als 120.000 CDs gilt sie als Europas größte stationäre Auswahl an Klassik, Jazz, Weltmusik und Hörbüchern. Seit 1992 formiert LUDWIG BECK als AG. Gleichzeitig wird die Marke „Kaufhaus der Sinne“ positioniert. 1998 erfolgt der Gang an die Börse. Die letzte Erweiterung des Sortiments wird 2002 mit Eröffnung der Kosmetikabteilung HAUTNAH vollzogen.</p> <p>LUDWIG BECK, das sind heute internationale Mode, Lederwaren, Accessoires, Lingerie- und Strumpfwaren, Beauty, Musik und Papeterie auf sieben Etagen. Das Geschäftsjahr 2010 brachte das beste Ergebnis in der Firmengeschichte und 2011 verspricht noch erfolgreicher zu werden. Unter dem Slogan „Stil hat ein Zuhause“ gibt es im Jubiläumsjahr 2011 im „Kaufhaus der Sinne“ am Marienplatz in außergewöhnlicher Inszenierung Einzigartiges zu entdecken.</p>

Management		Stammdaten																		
Vorstand Dieter Münch, seit 1998 Christian Greiner, seit 2011		ISIN WKN Börsenkürzel Branche Zulassungsegment Anzahl der Aktien Marktkapitalisierung (30.09.2011)																		
Aufsichtsrat Dr. Joachim Hauser, Aufsichtsratsvorsitzender Hans Rudolf Wöhrl, stellv. Aufsichtsratsvorsitzender Edda Kraft, Aufsichtsratsmitglied der Aktionäre Gabriele Keitel, Aufsichtsratsmitglied der Arbeitnehmer Dorothee Neumüller, Aufsichtsratsmitglied der Arbeitnehmer Dr. Steffen Stremme, Aufsichtsratsmitglied der Aktionäre		Handelsplätze Designated Sponsor																		
		ECK Einzelhandel Prime Standard 3,695 Mio. 69,6 Mio. € Frankfurt, München, Stuttgart, Düsseldorf, Berlin/Bremen, Hamburg, XETRA VISCARDI AG																		
Aktionärsstruktur		Dividende																		
<p>Stand September 2011</p>		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Dividendenausschüttung</th> <th>2010</th> <th>2009</th> <th>2008</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dividende in €</td> <td>0,35</td> <td>0,35</td> <td>0,30</td> </tr> <tr> <td>Dividendenrendite in %</td> <td>1,9</td> <td>2,8</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>Ausschüttungssumme in Mio. €</td> <td>1,3</td> <td>1,3</td> <td>1,1</td> </tr> </tbody> </table>			Dividendenausschüttung	2010	2009	2008	Dividende in €	0,35	0,35	0,30	Dividendenrendite in %	1,9	2,8	3,3	Ausschüttungssumme in Mio. €	1,3	1,3	1,1
Dividendenausschüttung	2010	2009	2008																	
Dividende in €	0,35	0,35	0,30																	
Dividendenrendite in %	1,9	2,8	3,3																	
Ausschüttungssumme in Mio. €	1,3	1,3	1,1																	
Aktienperformance – LUDWIG BECK versus DAX		Aktienperformance – LUDWIG BECK versus DAX Retail																		
<p>© 2011 Yahoo! Inc.</p>		<p>© 2011 Yahoo! Inc.</p>																		

Konzernkennzahlen per 31. Dezember 2010				Konzernkennzahlen per 30. September 2011			
Konzernkennzahlen		2010	2009	Konzernkennzahlen		01.01.2011- 30.09.2011	01.01.2010- 30.09.2010
Umsatz (brutto)	in Mio. €	107,2	103,7	Umsatz (brutto)	in Mio. €	69,6	72,9
Umsatz (netto)	in Mio. €	90,1	87,2	Umsatz (netto)	in Mio. €	58,5	61,3
Nettorohhertrag	in Mio. €	45,5	43,0	Nettorohhertrag	in Mio. €	29,5	30,4
EBITDA	in Mio. €	16,9	13,3	EBITDA	in Mio. €	8,3	9,0
EBIT	in Mio. €	13,7	9,8	EBIT	in Mio. €	6,2	6,6
Konzerngesamtergebnis	in Mio. €	6,4	2,2	Periodenergebnis	in Mio. €	2,4	2,7
Eigenkapital	in Mio. €	47,6	42,8	Eigenkapital	in Mio. €	48,6	43,8
Eigenkapitalquote	In %	43,7	39,1	Eigenkapitalquote	In %	45,3	40,1
Investitionen	in Mio. €	1,9	2,2	Investitionen	in Mio. €	1,0	1,6
Mitarbeiter	Pers.	513	529	Mitarbeiter	Pers.	470	500
Ergebnis je Aktie	in Mio. €	1,74	0,61	Ergebnis je Aktie	in Mio. €	0,64	0,73



Unternehmens-Highlights

„Die LUDWIG BECK-Aktie ist eine Anlage mit einer innovativen Wachstumsstrategie, einer soliden Finanzstruktur und dem Eigenbesitz am Stammhaus in der Top-Lage am Münchner Marienplatz.“

Dieter Münch, Finanzvorstand

Einzigartiges Konzept

Die Modegruppe bietet ein am Kapitalmarkt einzigartiges Geschäftskonzept, das sich im Peer Group-Vergleich von allen Einzelhandelsgruppen deutlich unterscheidet. LUDWIG BECK besticht durch einen individuellen, hoch-wertigen Produktmix, präsentiert in edlem Kaufhausambiente mit dem Service eines kompetenten Fachgeschäfts. Diese Charakteristika verleihen LUDWIG BECK ein klares Alleinstellungsmerkmal im deutschen Einzelhandel.

Bester Standort in Europa mit überdurchschnittlicher Kaufkraft

Haupt-Asset der Gesellschaft ist das Stammhaus am bekannten Münchner Marienplatz, einem Hauptanziehungspunkt der Stadt und einer der begehrtesten Einzelhandelslagen in Europa. Auf ca. 12.000 qm empfangen die über 500 Mitarbeiter täglich rund 20.000 bis 40.000 Besucher. Die Kunden von LUDWIG BECK zählen zur Zielgruppe der konsumfreudigen 29- bis 49-Jährigen mit überdurchschnittlichem Einkommen.

Erstklassige Beratung

Die Qualität der Mitarbeiter ist ein essentieller Faktor für ein Einzelhandelsunternehmen wie LUDWIG BECK. Dank der hoch engagierten und spezialisierten Mitarbeiter kann das Unternehmen seinen Kunden täglich ein außergewöhnliches Shopping-Erlebnis bieten, das es so nur im „Kaufhaus der Sinne“ gibt. Um diese beispiellose Beratungs- und Servicekompetenz auf gleichbleibend hohem Niveau zu garantieren, bietet das Unternehmen seinen Mitarbeitern eine gezielte Förderung, mit der das kundenorientierte Verhalten stetig weiterentwickelt wird. Die hohe Mitarbeiterbindung an das Unternehmen – jedes Jahr werden außergewöhnlich lange Betriebszugehörigkeiten von 30 und mehr Jahren gefeiert – sowie der hohe durchschnittliche Umsatz pro Mitarbeiter von 254 T€ pro Jahr (2010) sind bester Beleg für den Erfolg dieser Strategie.

Organisches Wachstumspotenzial

Seit 2003 verfolgt LUDWIG BECK eine in allen Bereichen konsequent umgesetzte Trading Up-Strategie. Diese Philosophie spiegelt sich besonders im exklusiven Sortiment, in hochwertigen Raumkonzepten, im kompetenten Service und der aufmerksamkeitsstarken Kommunikation nach außen wieder. Dank des Trading Up konnte der Umsatzbon in den letzten vier Jahren um 20 % gesteigert werden. Auch in Zukunft wird diese strategische Ausrichtung weiter verfolgt. Das bereinigte Filialnetz sowie die Realisierung zusätzlicher Ertragspotenziale durch optimierte Prozesse und ein stringentes Kostenmanagement sind weitere wesentliche Faktoren für ein konstantes qualitatives Wachstum. So konnte das Geschäftsjahr 2010 mit dem besten Ergebnis der Unternehmensgeschichte abgeschlossen werden. Der filialbereinigte Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 5,3 % und das Ergebnis vor Steuern (EBT) verbesserte sich um starke 55 %. Im Jubiläumsjahr 2011 soll dieses Rekordergebnis noch überflügelt werden, und das Management erwartet für das laufende Geschäftsjahr 2011 ein Ergebnis vor Steuern zwischen 9,0 Mio. € und 11,0 Mio. €. Die bisherige Umsatz- und Ertragsentwicklung hat dabei das Management sehr positiv gestimmt.

Stabile Aktionärsstruktur mit spannender Zusammensetzung

Die LUDWIG BECK AG verfügt mit seinen 2.200 Aktionären über eine stabile Aktionärsstruktur. Der Nürnberger Unternehmer Hans Rudolf Wöhrl hält über seine INTRO Verwaltungs GmbH (49,2 %) und die Hans Rudolf Wöhrl Verwaltungs GmbH (25,6 %) insgesamt rund 74,8 % der Anteile. Der Ost-West AG gehören 5,0 % und die Rheintex Verwaltungs AG verfügt über 4,0 % der Stimmrechte an LUDWIG BECK. Der Streubesitz beträgt 17,2 % (Stand September 2011).

Finanzkalender 2011**Kontakt**

- 10.01.2011 – Umsatzzahlen 2010
- 14.03.2011 – Jahresabschluss 2010
- 14.03.2011 – Bilanzpressekonferenz 2011
- 15.03.2011 – Analystenkonferenz 2011
- 20.04.2011 – Dreimonatsbericht 2011
- 20.07.2011 – Halbjahresbericht 2011
- 20.10.2011 – Neunmonatsbericht 2011

LUDWIG BECK AG

Marienplatz 11
80331 München

Ansprechpartner Investor Relations

Frau Metis Tarta
t +49. 89. 28 80 8 - 133
f +49. 89. 28 80 8 - 149
mt@esvedragroup.com