

HERZLICH WILLKOMMEN
BEI DER
LUDWIG BECK AG

Hauptversammlung
13. Mai 2015

LUDWIG BECK

seit 1861



LUDWIG BECK

01 | ludwigbeck

AUF EINEN BLICK



RAHMENBEDINGUNGEN

KAUFHAUS DER SINNE

HIGHLIGHTS

RAHMENBEDINGUNGEN 2014

Globale Weltwirtschaft 2014 enttäuschend

- Globale Konjunktur legt laut IfW 2014 um 2,6% zu.
- Deutsche Konjunktur verläuft dank Zuwachs im privaten Konsum zufriedenstellend.
- 1,5% Wachstum sind nach Angaben des Statistischen Bundesamtes zu verzeichnen (Vorjahr: 0,1%).
- Der deutsche Staat erzielt den zweithöchsten Überschuss seit der Wiedervereinigung.

Deutschland weist damit das dritte Jahr in Folge einen mehr als ausgeglichenen Haushalt auf.

RAHMENBEDINGUNGEN 2014

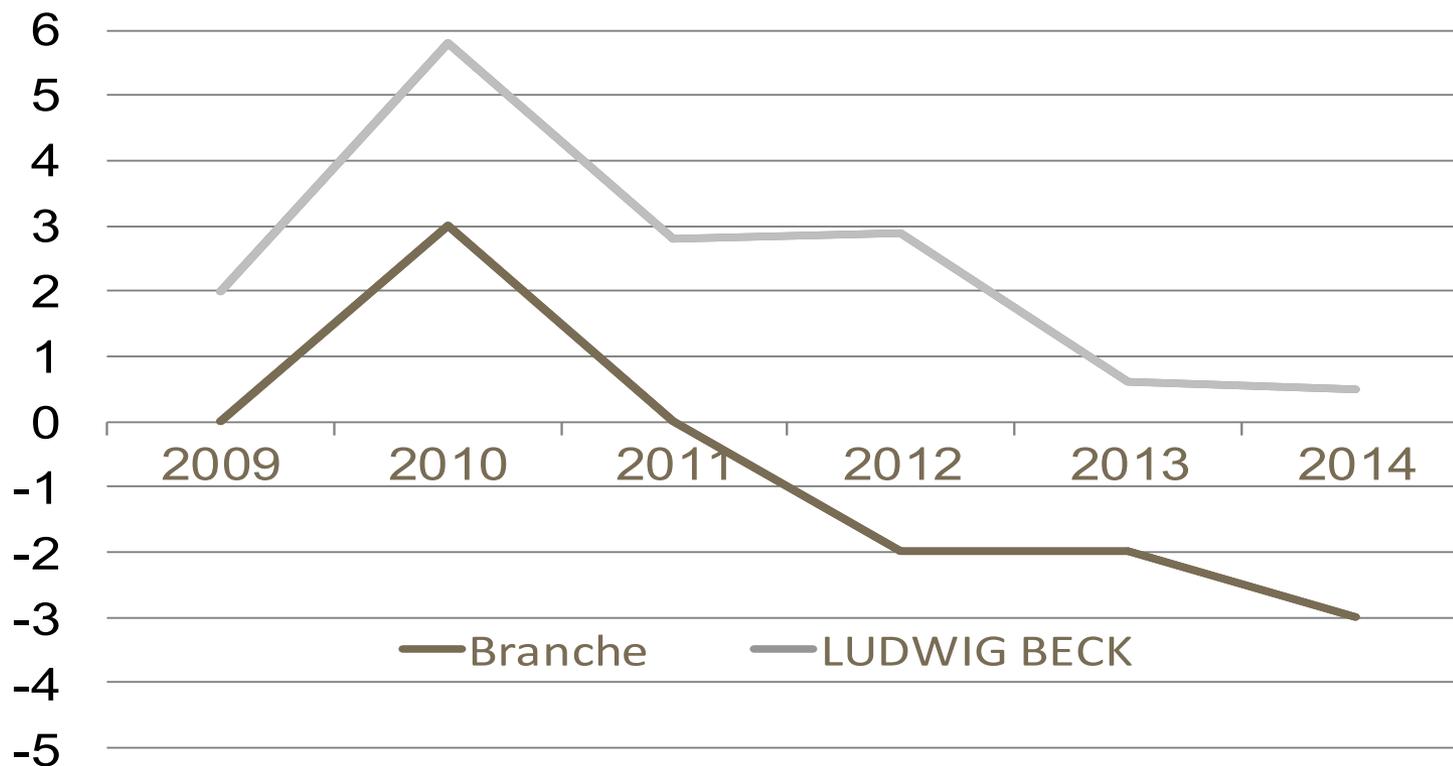
TEXTILBRANCHE VERZEICHNET DRITTES JAHR IN FOLGE EIN MINUS

- Erneuter Umsatzrückgang in der Textilbranche mit Minus 3% (lt. TextilWirtschaft).
- Verbesserte Konsumstimmung ging am deutschen Modehandel vorbei.
- Insbesondere zweite Jahreshälfte enttäuschend mit spätsommerlichen Temperaturen, die die Herbstware in den Regalen liegen ließ.
- Weihnachtsgeschäft verlief im Dezember (nur bei LUDWIG BECK!) positiv.

Herausforderung durch Online-Shopping mit steigenden Marktanteilen, die zu Lasten des stationären Handels gehen, hält weiter an.

RAHMENBEDINGUNGEN 2014

LUDWIG BECK VS. BRANCHENUMSÄTZE 2009 – 2014 IN %



LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



kaufhaus
DER SINNE

DAS STAMMHAUS VON LUDWIG BECK:
SEIN STANDORT AM MÜNCHNER MARIENPLATZ ZÄHLT ZU DEN
BESTLAGEN UNTER DEN EUROPÄISCHEN METROPOLLEN.

LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



upcycled

„UPCYCLED“ IST DAS MOTTO DER FRÜHJAHRSSCHAUFENSTER.
IM FOKUS STEHEN DIE WERTIGKEIT, WANDELBARKEIT UND
WIEDERVERWENDBARKEIT VON MATERIALIEN UND FORMEN –
MIT BEZUG ZUR AKTUELLEN MODESAISON.

LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



Upcycled

Die Umwandlung eines Abfallprodukts in ein hochwertigeres Produkt ist ein Prozess, der die natürlichen Ressourcen und die geschäftlichen Möglichkeiten in neuen Dimensionen erschließt. Die Umwandlung von Abfall in ein hochwertiges Produkt ist ein Prozess, der die natürlichen Ressourcen und die geschäftlichen Möglichkeiten in neuen Dimensionen erschließt. Die Umwandlung von Abfall in ein hochwertiges Produkt ist ein Prozess, der die natürlichen Ressourcen und die geschäftlichen Möglichkeiten in neuen Dimensionen erschließt.

sommerfrische

IN DEN SOMMERSCHAUFENSTERN WIRD DIE KAMPAGNE
„UPCYCLED“ WEITERGEFÜHRT: EIN SPANNENDER KONTRAST
ZWISCHEN GÄNGIGEN PRODUKT UND DEREN
HOCHWERTIGER NEUVERWENDUNG.

LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



hightechstructure

DAS MOTTO DER AUFMERKSAMKEITSTARKEN
HERBSTKAMPAGNE: „HIGH TECH STRUCTURE“ DIE TECHNISCH
AUSGEFALLENEN VISUELLEN EFFEKTE IN DEN
SCHAUFENSTERN LADEN DEN BETRACHTER ZUM STAUNEN.

LUDWIG BECK

STIL HAT EIN ZUHAUSE - IMPRESSIONEN



winterglitzer

DIE WEIHNACHTSKAMPAGNE STEHT UNTER DEM MOTTO
„HANDCRAFTED“ UND ERZÄHLT VON
URSPRÜNGLICHKEIT, TRADITION UND REGIONALITÄT.

LUDWIG BECK

DIE NEU ERÖFFNETE HERRENABTEILUNG IM UNTERGESCHOSS



LUDWIG BECK

DIE NEU ERÖFFNETE HERRENABTEILUNG IM UNTERGESCHOSS



DIE NEUE HERRENABTEILUNG

ZWISCHEN FUNKTION UND ELEGANZ

- Neueröffnung am 4. September 2014 im Tiefgeschoss im Stammhaus.
- Erweiterung der Fläche um 600 qm auf insgesamt ca. 1.500 qm.
- LUDWIG-Sonderausgabe sowie zahlreiche Eröffnungsangebote und Geschenkkaktionen dienen als Starthilfe.
- Helles Eichenholz, Natursteine und klassisches Mobiliar sowie aufwendig gestaltete Deckenfelder, Marmordurchgänge, Lamellentrennwände und viele weitere Details dienen als Blickfang.

Eines der bedeutendsten Umbauprojekte in der jüngeren Geschichte von LUDWIG BECK.

INTERNATIONALE AUSZEICHNUNG FÜR LUDWIG BECK

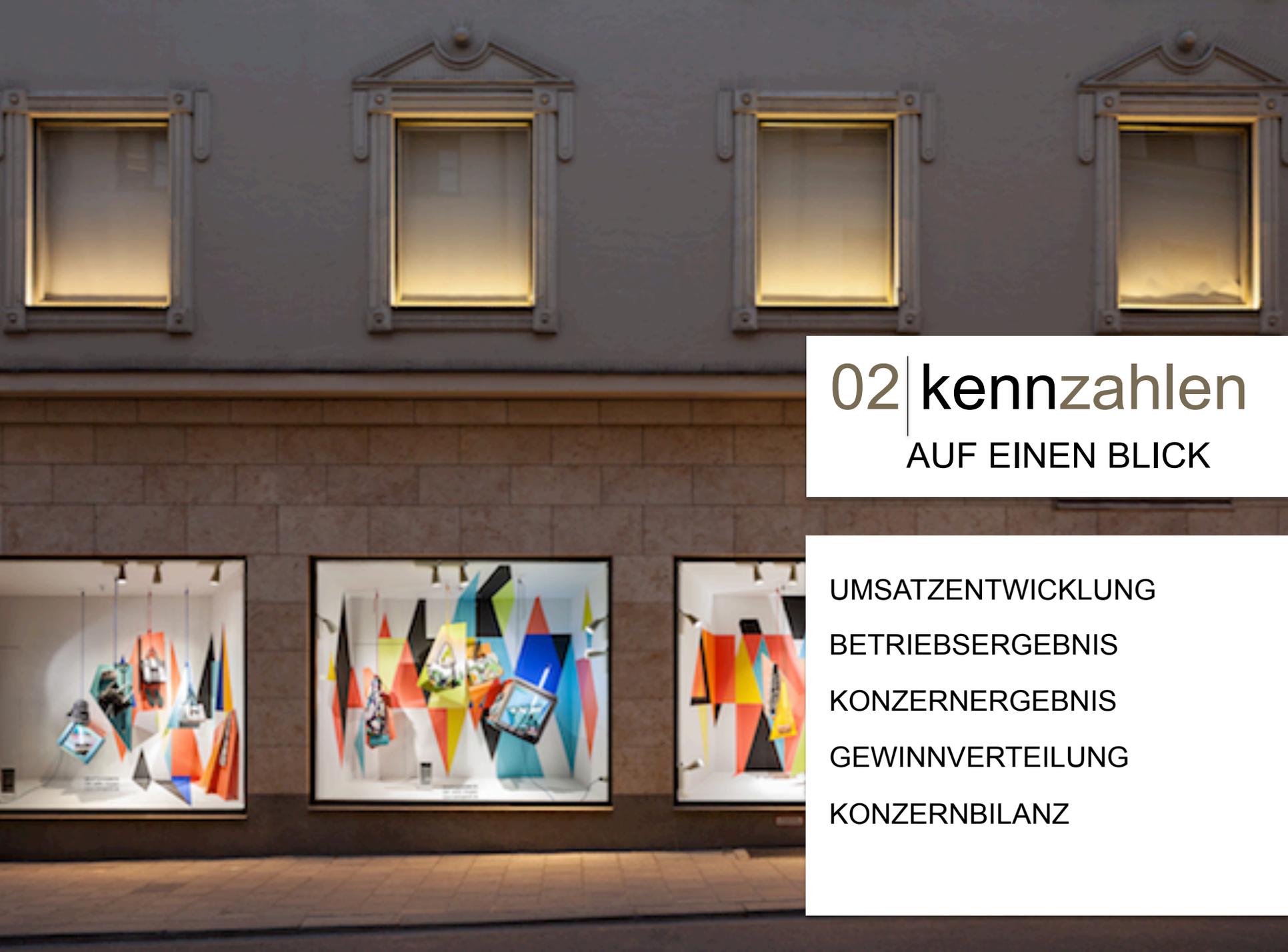
- Schwitzke & Partner nimmt am 24. März 2015 in Las Vegas im Rahmen der *Global Shop* den ARE Design Award in Gold für die Gestaltung der neuen LUDWIG BECK Herrenabteilung entgegen.
- Großes Zeichen der Anerkennung für die hochwertige Trading Up Strategie von LUDWIG BECK auf internationalem Niveau.



KAUFHAUS DER SINNE

WEITERE HIGHLIGHTS 2014 – ONLINESHOP LUDWIGBECK.DE

- 10.000 Premium-Produkte und rund 100 Marken aus der Luxus- und Nischenkosmetik unter www.ludwigbeck.de – einige davon nur exklusiv bei LUDWIG BECK vertreten.
- Im Februar 2014 wird das Beauty-Einkaufsportale als bester Mobile Shop beim INTERNET WORLD Business Shop-Award ausgezeichnet.
- Bereits 2013 erhielt ludwigbeck.de den Shop Usability Award in der Kategorie Wellness, Beauty und Gesundheit.
- Seit September 2014: Digitales Magazin „LUDWIG BECK Stories“.



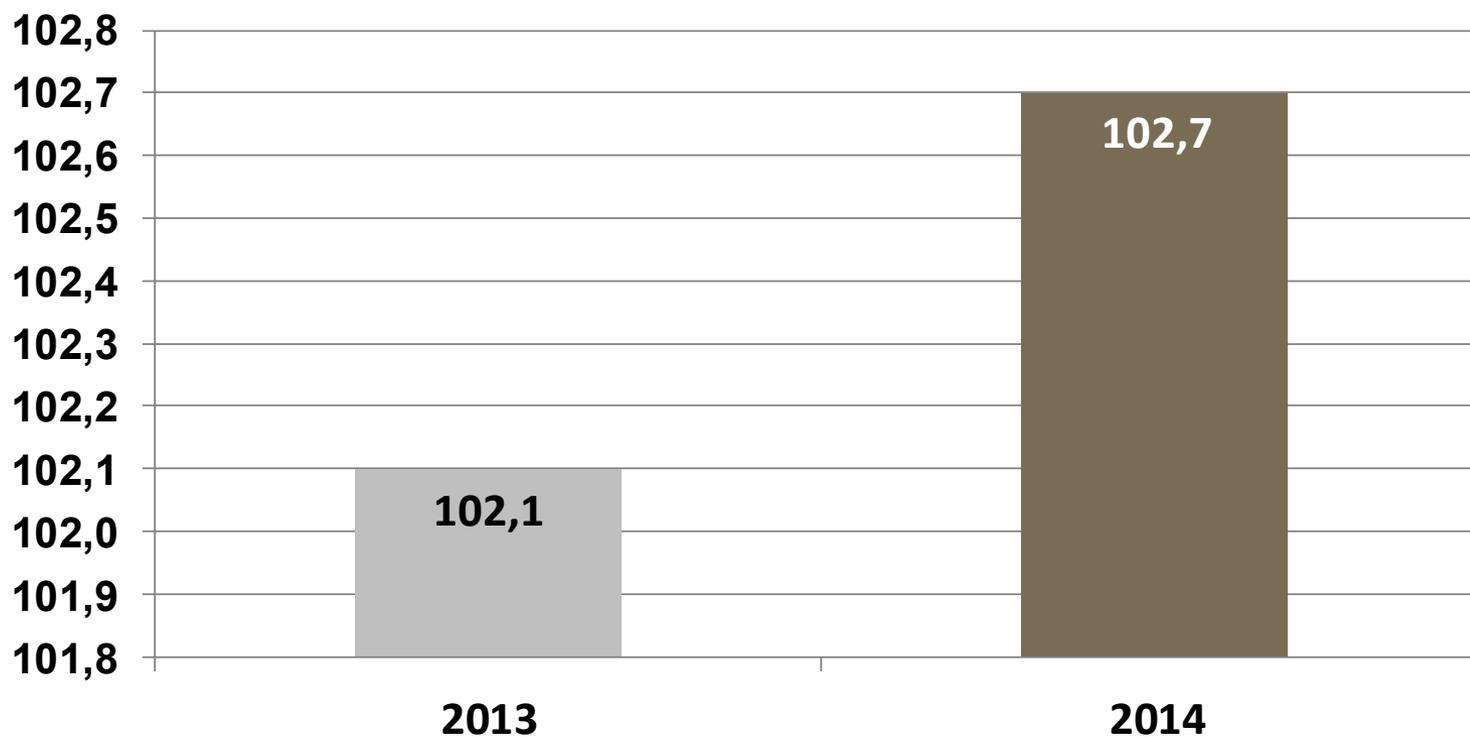
02 | kennzahlen

AUF EINEN BLICK

UMSATZENTWICKLUNG
BETRIEBSERGEBNIS
KONZERNERGEBNIS
GEWINNVERTEILUNG
KONZERNBILANZ

UMSATZENTWICKLUNG

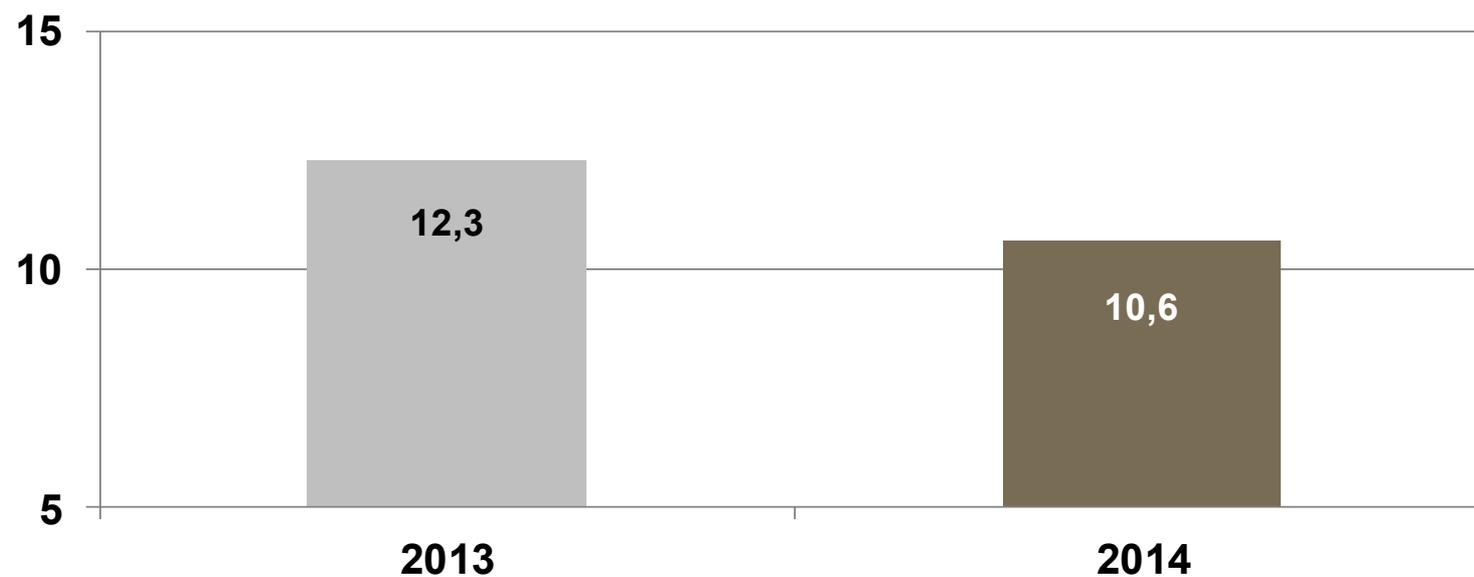
BRUTTO IN MIO. € (BESTANDSFILIALEN = MARIENPLATZ, 5 HÖFE UND E-COMMERCE)



LUDWIG BECK steigert den Umsatz um 0,5%.

BETRIEBSERGEBNIS

EBIT IN MIO. €



Die EBIT-Marge 2014 beträgt 12,3% vom Umsatz (netto).

KONZERNERGEBNIS

IN MIO. €	2014	2013	VERÄNDERUNG
EBIT	10,6	12,3	-1,7
Finanzergebnis	-1,1	-1,5	+0,4
EBT	9,5	10,8	-1,3

Der Vorjahreswert konnte angesichts diverser Widrigkeiten (Wetter, Rubelverfall, Bauarbeiten im U-/S-Bahn-Sperrengeschoss) nicht ganz erreicht werden.

KONZERNERGEBNIS

IN MIO. €	2014	2013	VERÄNDERUNG
EBT	9,5	10,8	-13,8%
Ertragssteuern	2,8	3,4	-17,1%
Konzernjahres- überschuss	6,7	7,4	-9,4%

Insgesamt gesehen blickt LUDWIG BECK auf ein zufriedenstellendes Ergebnis in 2014 zurück.

GEWINNVERTEILUNG

LUDWIG BECK AG

IN T€

Jahresüberschuss

4.697

Einstellung in andere Gewinnrücklagen

1.926

Bilanzgewinn (LUDWIG BECK AG)

2.771

Ausschüttungsquote liegt bei 59% in der AG bzw. 41% im Konzern.

DIVIDENDENENTWICKLUNG

AKTIONÄRE WERDEN AM NACHHALTIGEN ERFOLG
UNMITTELBAR BETEILIGT

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG	2014	2013
Dividende je Aktie in €	0,75	0,50
Dividendenrendite in %	2,5	1,7
Ausschüttungssumme in Mio. €	2,8	1,8

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen die Zahlung einer Dividende je Aktie in Höhe von 0,75 € vor.

Dies entspricht einer Dividendenerhöhung um 50%.

KONZERNBILANZ

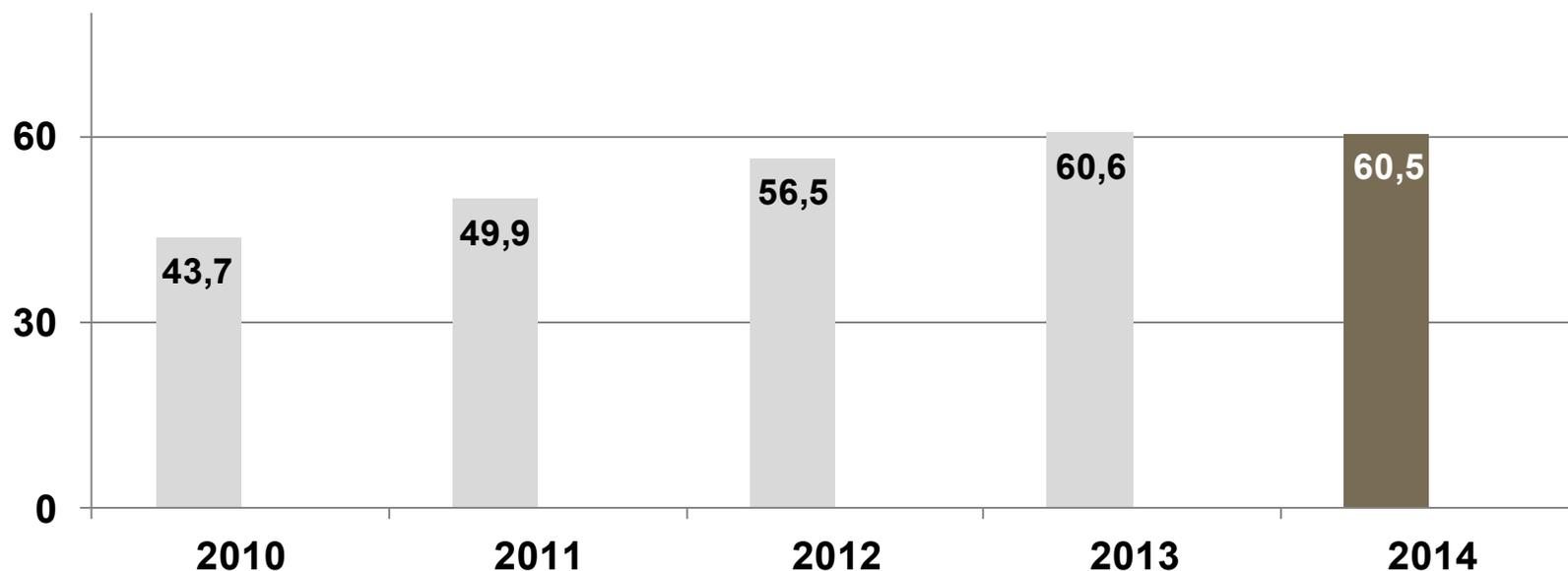
IN MIO. €

AKTIVA	31.12. 2014	31.12. 2013	PASSIVA	31.12. 2014	31.12. 2013
Langfristige Vermögenswerte	95,7	92,2	Eigenkapital	67,2	64,4
Kurzfristige Vermögenswerte	15,4	14,1	Langfristige Verbindlichkeiten	24,2	26,6
Summe	111,1	106,3	Kurzfristige Verbindlichkeiten	19,7	15,3
			Summe	111,1	106,3

Die Immobilie Marienplatz prägt mit 70,7 Mio. € die Bilanz.

KONZERNBILANZ

ENTWICKLUNG DER EIGENKAPITALQUOTE IN %



Die Eigenkapitalquote ist sehr solide mit > 60%.

Der Handlungsspielraum von LUDWIG BECK ist in den letzten Jahren enorm gewachsen.



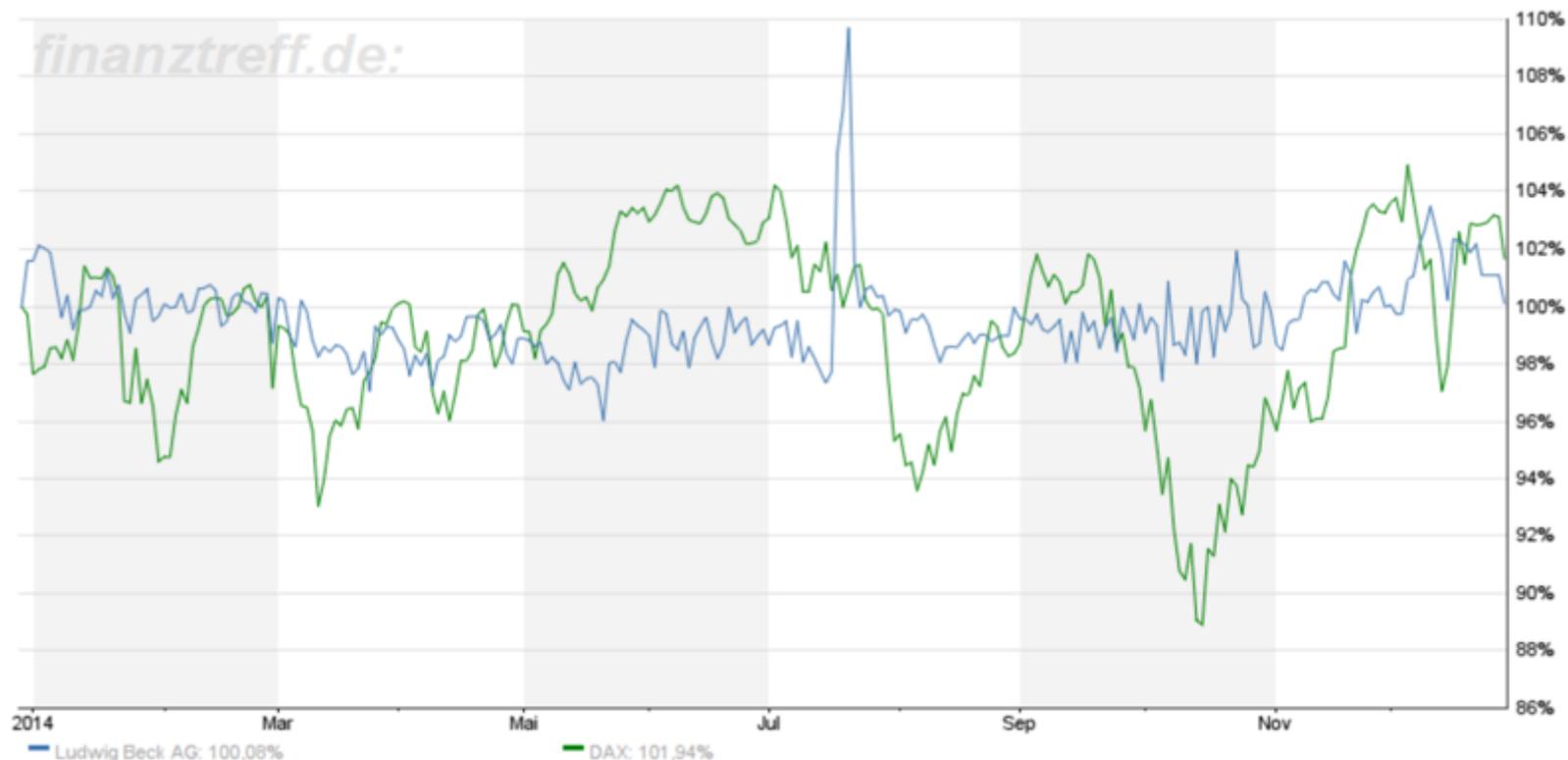
LUDWIG BECK



03 | aktiendaten IM ÜBERBLICK

AKTIENKURSENTWICKLUNG
AKTIONÄRSSTRUKTUR

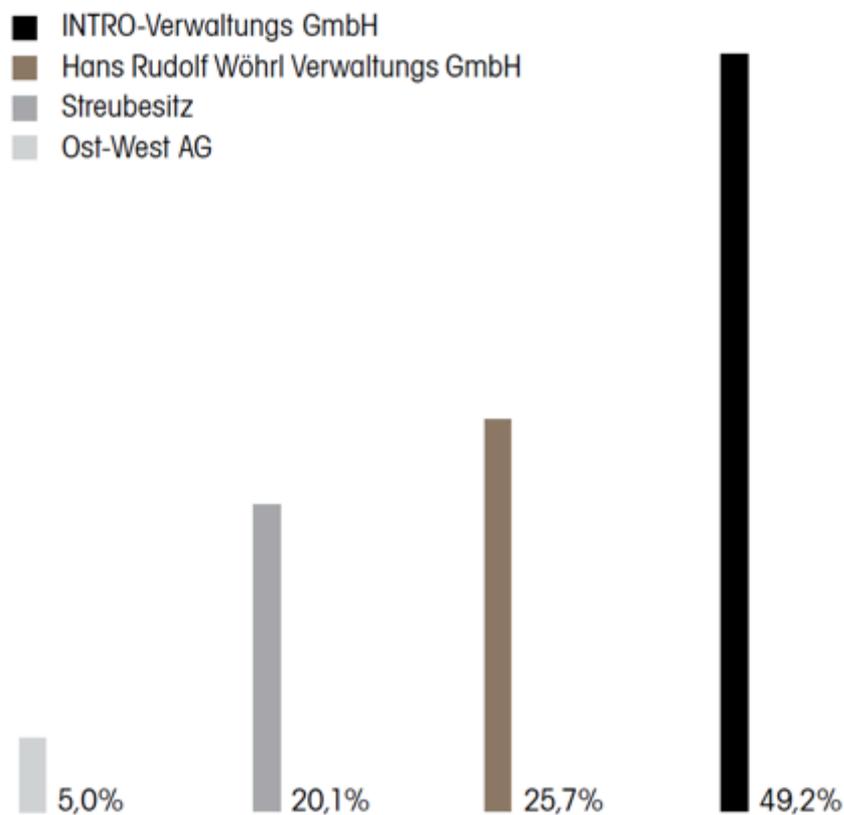
AKTIENKURSENTWICKLUNG



Die LUDWIG BECK Aktie entwickelte sich 2014 relativ neutral und schloss im XETRA-Handel mit einem Jahresendkurs von 29,20 € (Schlusskurs 2013: 29,50 €). Die DAX-Entwicklung blieb ebenfalls neutral. Dieser schloss mit einem leichten Plus von 2,7%.

AKTIONÄRSSTRUKTUR

LUDWIG BECK AG HAT DERZEIT CA. 2.200 AKTIONÄRE.



zum 31. Dezember 2014



04 | wormland

LUDWIG BECK erwirbt WORMLAND

LUDWIG BECK ERWIRBT WORMLAND



FIRMENGRÜNDER THEO WORMLAND

- 1907 in Gladbeck geboren, gilt Theo Wormland in der Fachwelt als der Erfinder der Twenmode.
- 1935 Eröffnung des ersten Stores in Hannover, er legte damit den Grundstein für sein Lebenswerk.
- Erfolgreiche Filialisierung des innovativen Konzepts in Deutschland.
- Theo Wormland war ein bedeutender Förderer von Kunst & Kultur.
- 1982 Gründung einer eigenen Stiftung.
- Mit seinem Tode 1983 ging die von ihm aufgebaute Kunstsammlung zunächst als Leihgabe und 2013 als Eigentum an die Bayerischen Staatsgemäldesammlungen.



ZAHLEN UND FAKTEN

- Bruttoumsatz 2014: ca. 79,6 Mio. €
- Gesamtverkaufsfläche Unternehmen: ca. 13.600 m²
- Anzahl Standorte: 15

ZAHLEN UND FAKTEN

■ WORMLAND

● THEO



ZAHLEN UND FAKTEN

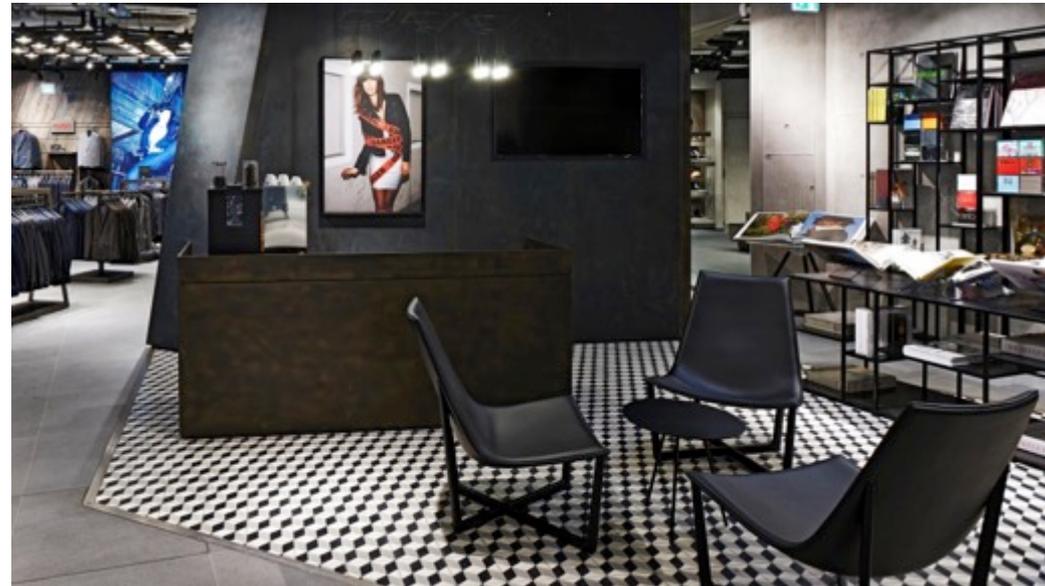
- Bruttoumsatz 2014: ca. 79,5 Mio. €
- Gesamtverkaufsfläche Unternehmen: ca. 13.600 m²
- Anzahl Standorte: 15
- Anzahl Mitarbeiter 2014: 465

- Zwei verschiedene Vertriebskonzepte:
WORMLAND MEN'S FASHION und THEO (YOUNG FASHION)
- Seit Anfang 2015 auch eigener Webshop

IMPRESSIONEN



Berlin



IMPRESSIONEN

München - Marienplatz



PRODUKT PORTFOLIO

- WORMLAND zählt u.a. zu den größten Kunden von HUGO BOSS und DIESEL.

PRODUKT PORTFOLIO



PRODUKT PORTFOLIO

- WORMLAND zählt u.a. zu den größten Kunden von HUGO BOSS und DIESEL.
- Besonderer Fokus liegt auf moderner Business-Wear (hoher Umsatz pro Kunde / hohe Stammkundentreue).
- Eigenmarken:
ca. 20 % des gesamten Umsatzes werden mit den Eigenmarken THEO, TW und Autark gemacht.

WARUM MACHT WORMLAND FÜR LUDWIG BECK SINN ?

- WORMLAND ist eines der einzigartigsten und „spitzesten“ Handelskonzepte im Textileinzelhandel / WORMLAND ist eine 360 Grad Lifestylemarke.
- Beste Standorte in hoch frequentierten Lagen (auch hinsichtlich Städtetourismus).
- Hoher Fokus auf Beratung mit Top-Personal.
- Es entstehen für beide Unternehmen Synergieeffekte auf Einkaufsseite.
- LUDWIG BECK baut mit WORMLAND sein Know-How im Herrenbereich deutlich aus.
- Ähnliche Unternehmensphilosophie wie LUDWIG BECK.

FAZIT

Das „Kaufhaus der Sinne“ bekommt durch

WORMLAND

noch einen weiteren Sinn hinzu.

ZWEI STARKE MARKEN HABEN SICH GEFUNDEN



meets

WORMLAND
MEN'S FASHION

THEO
WORMLAND



05 | **ausblick**
LUDWIG BECK 2015

AUSBLICK 2015

AUSBLICK 2015

AUFSCHWUNG GEHT IN GEDÄMPFTEM TEMPO WEITER

- Deutschland mit einem konjunkturellen Wachstum von 1,7% auf stabilem Wachstumskurs.
- Einkommenserwartungen und Konsumneigung führen zu einem erfreulichen Konsumklima.

LUDWIG BECK teilt optimistische Prognose, geht aber davon aus, dass die Krisen des Jahres 2014 sich weiterhin belastend auf die Entwicklung des dt. Textileinzelhandels niederschlagen werden.

AUSBLICK 2015

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

PRO	und	CONTRA
		online Handel allgemein
		Stationärer Textileinzelhandel
		Rubelverfall

RUBELVERFALL



AUSBLICK 2015

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR LUDWIG BECK

PRO	und	CONTRA
Konjunktur in Deutschland läuft		online Handel allgemein
Steigerung d. verfügb. Einkommen		Stationärer Textileinzelhandel
Wirtschaftsstandort München		Rubelverfall
Bevölkerungsprognose München		Wetter ? !
Beauty online		Preiskämpfe
Herrenabteilung		
Starke Eigenkapitalquote ermöglicht(e) Akquisition		

UNTERNEHMENSSTRUKTUR

LUDWIG BECK AM RATHAUSECK – TEXTILHAUS FELDMEIER AG

100 %

100 %

100 %

LUDWIG BECK
UNTERNEHMENSVERWALTUNGS
GmbH MÜNCHEN

LUDWIG BECK
BETEILIGUNGS GMBH
München

ludwigbeck.de GmbH
München

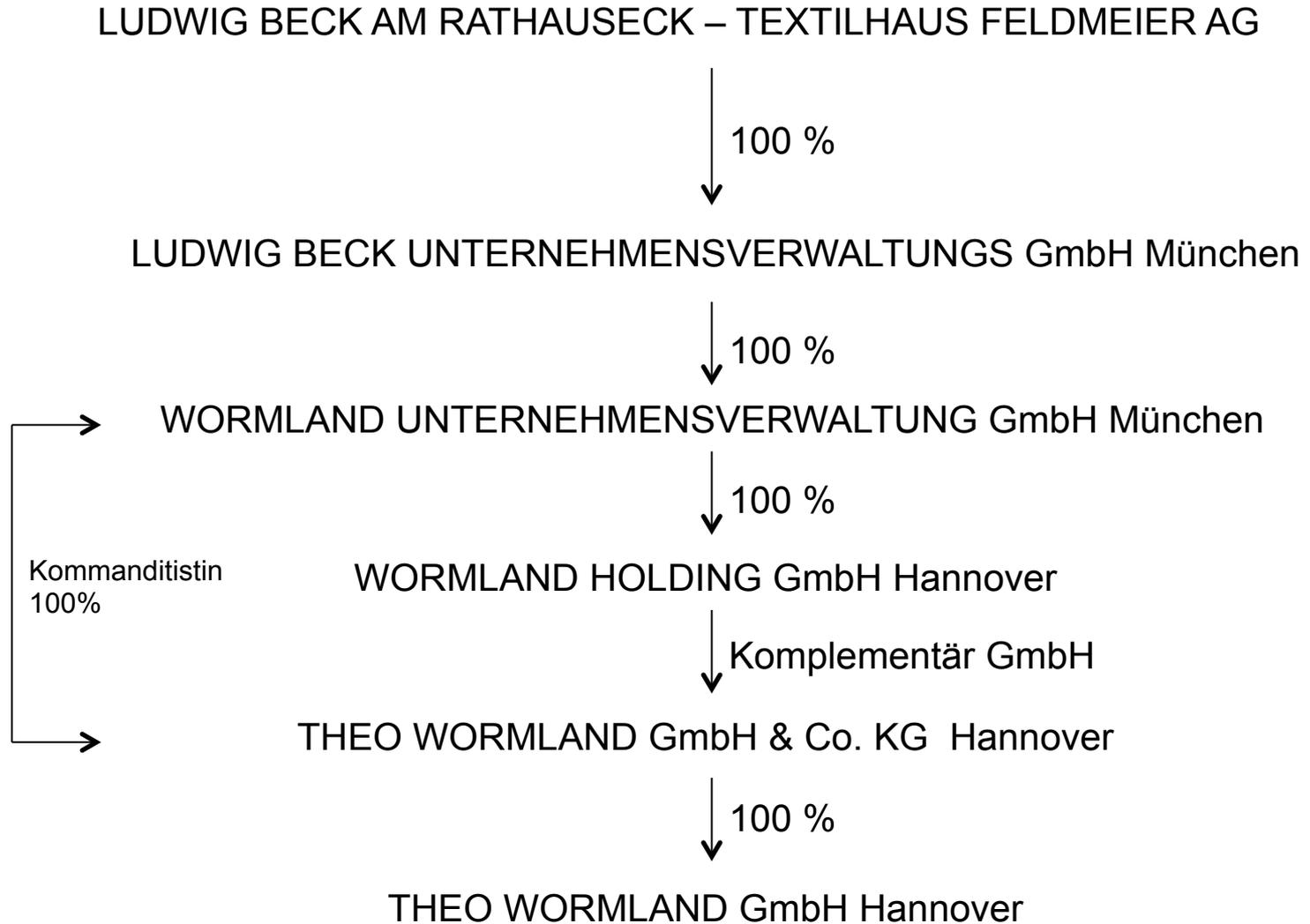
WORMLAND GRUPPE

FELDMEIER
IMMOBILIENKOMPLEX
München

LUDWIG BECK
GRUNDBESITZ HAAR GmbH
München

LUDWIG BECK
GRUNDBESITZ
HANNOVER GmbH
München

UNTERNEHMENSSTRUKTUR



AUSBLICK 2015

- Alte Prognose für 2015:
Umsatzsteigerung auf Konzernebene zwischen 2 - 4%
sowie ein EBIT von ca. 10 Mio. € erwartet.
- Neue Prognose für 2015:
Umsatzwachstum in Höhe von ca. 60 % auf ca. 164 Mio. €
(VJ 102,7 Mio. €) durch zeitanteilige Hinzurechnung der
WORMLAND Umsätze.
EBIT soll durch den Erwerb von WORMLAND – größtenteils durch
einmalige Effekte – auf 17 - 19 Mio. € steigen.

LUDWIG BECK und WORMLAND, zwei starke Marken, bilden
gemeinsam ab 2015 die Basis für eine erfolgversprechende Zukunft!

HERZLICHEN DANK
FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT

LUDWIG BECK

seit 1861

LUDWIG BECK AG

Hauptversammlung
13. Mai 2015

LUDWIG BECK

seit 1861