

Corporate News

LUDWIG BECK erzielt nach den ersten sechs Monaten 2018 ein Ergebnis im Erwartungskorridor

München, 25. Juli 2018 – Der Münchner Modekonzern LUDWIG BECK (ISIN DE 0005199905) beendete das erste Halbjahr 2018 mit einem Umsatzminus, das die aktuelle Branchenentwicklung aufgreift. Vor allem der kalte Frühjahresbeginn und die hochsommerlichen Temperaturen im April hatten landesweit die Umsätze gedrückt. Zudem konnte der Onlinehandel abermals weitere Marktanteile gegenüber dem stationären Modehandel erobern. Aufgrund niedrigerer Preisabschriften und einer effizienten Kostenstruktur konnte das Ergebnis jedoch auch weiterhin auf einem hohen Niveau gehalten werden.

Umsatzentwicklung

Auf Konzernebene erwirtschaftete LUDWIG BECK einen Bruttoumsatz in Höhe von 73,2 Mio. € (30. Juni 2017: 77,1 Mio. €). Daran hatte das Segment LUDWIG BECK einen Anteil von insgesamt 41,3 Mio. € (30. Juni 2017: 43,2 Mio. €). Auch im ersten Halbjahr 2018 entsprach die Entwicklung des Onlinehandels auf www.ludwigbeck.de weiterhin den positiven Erwartungen des Managements. Das Segment WORMLAND leistete einen Beitrag von 32,0 Mio. € (30. Juni 2017: 33,9 Mio. €) am Konzernumsatz.

Ergebnissituation

Der Nettorohrertrag erreichte im ersten Halbjahr 2018 einen Wert von 29,4 Mio. € (30. Juni 2017: 30,7 Mio. €). Die Nettorohrertragsmarge verbesserte sich leicht gegenüber dem Vorjahr von 47,4% auf 47,7%.

Die Personalkosten gingen im Berichtszeitraum von 14,7 Mio. € im Vorjahr auf 14,6 Mio. € zurück. Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen bei 1,9 Mio. € (30. Juni 2017: 1,7 Mio. €).

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) belief sich in Folge des Umsatzrückganges auf -2,2 Mio. € (30. Juni 2017: -1,6 Mio. €). Das Segment LUDWIG BECK trug dazu mit 0,8 Mio. € (30. Juni 2017: 1,4 Mio. €) positiv bei, während das Segment WORMLAND einen Negativbeitrag in Höhe von -3,0 Mio. € (30. Juni 2017: -3,1 Mio. €) beisteuerte.

Das Konzernergebnis vor Steuern (EBT) betrug dementsprechend -2,6 Mio. € (30. Juni 2017: -2,1 Mio. €).

Ausblick

LUDWIG BECK stellt sich unvermindert dem anhaltenden Strukturwandel im deutschen Modehandel. Dabei setzt das Management auf das solide Fundament des Unternehmens und dessen Fähigkeit, Erfolgsstrategien in Zeiten des Wandels planvoll zu realisieren. Zu diesen gehört die weitere Steigerung des Shopping-Erlebniswerts, die Fokussierung auf Kernzielgruppen, Services, die Online-Händler nicht anbieten können und auch die Cross-Channel-Anbindung des stationären Handels an den parallel laufenden Online-Shop – alles Bereiche, in denen der Konzern traditionell stark ist und über eine stabile Marktposition verfügt.

Dieter Münch, Vorstandsmitglied der LUDWIG BECK AG: „Auch dieses Jahr ist kein Selbstläufer. Die Stärken von LUDWIG BECK werden wir jedoch auch in 2018 ausspielen, um unser geplantes Ergebnis zu erreichen.“

Der Vorstand bestätigt daher seine Erwartungen für die weitere Geschäftsentwicklung 2018 und geht weiterhin von einem Bruttoumsatz auf Konzernebene zwischen 170 Mio. € und 180 Mio. € sowie einer EBIT-Marge von 3,5% bis 5% des Nettoumsatzes aus.

Der ausführliche Halbjahresbericht für das Geschäftsjahr 2018 wird auf der Internetseite der Gesellschaft unter <http://kaufhaus.ludwigbeck.de> im Bereich „Investor Relations“, „Finanzpublikationen“ unter der Rubrik „Zwischenberichte“ veröffentlicht.

Konzernkennzahlen

in Mio. €	01.01.2018- 30.06.2018	01.01.2017- 30.06.2017
Umsatz (brutto)	73,2	77,1
Umsatz (netto)	61,6	64,8
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	-0,1	0,6
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-2,2	-1,6
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-2,6	-2,1
Ergebnis nach Steuern	-2,6	-2,3
Eigenkapital (zum Stichtag 30.06.)	74,2	74,0
Eigenkapitalquote in % (zum Stichtag 30.06.)	57,0	55,7
Ergebnis pro Aktie (in €)	-0,69	-0,62
Investitionen	0,9	1,3
Mitarbeiter (Anzahl durchschnittlich ohne Auszubildende)	880	849
Auszubildende (Anzahl durchschnittlich)	38	36

Über LUDWIG BECK

LUDWIG BECK gehört zur Spitze der deutschen Textil-Einzelhandelsunternehmen und erwirtschaftete im Jahr 2017 mit 451 Mitarbeitern auf insgesamt rund 12.400 qm Fläche und im Onlineshop einen Bruttoumsatz in Höhe von 99,0 Mio. € (Stand: 31. Dezember 2017).

LUDWIG BECK liegt im Herzen Münchens, direkt am Marienplatz. Auf sieben Etagen bietet das Münchner Modeunternehmen internationale Mode, Lederwaren und Accessoires, exklusive Kosmetik und mit mehr als 120.000 Titeln Europas größte stationäre Auswahl an Klassik, Jazz, Weltmusik und Hörbüchern.

Über ludwigbeck.de

Seit Ende 2012 ist auch das besondere Markenportfolio der Beautyabteilung der Gesellschaft zum Online-Shopping unter www.ludwigbeck.de erhältlich. Kunden erwartet hier eine einzigartige Auswahl von fast 10.000 Produkten von über 100 Marken aus Luxus- und Nischenkosmetik.

Über WORMLAND

Die THEO WORMLAND GmbH & Co. KG mit Sitz in Hannover erzielte 2017 mit 417 Mitarbeitern auf insgesamt rund 16.200 qm einen Umsatz in Höhe von 74,2 Mio. € (Stand: 31. Dezember 2017). Die Unternehmensgruppe umfasst dabei zwei unterschiedliche Storekonzepte: WORMLAND und THEO. Mit 15 Filialen gehört die THEO WORMLAND GmbH & Co. KG heute zu den führenden deutschen Herrenmodefilialisten.

Kontakt Investor Relations:

esVedra consulting GmbH

Metis Tarta

t: +49 89 206021 – 210

f: +49 89 206021 – 610

mt@esvedragroup.com

Kontakt Konzernrechnungswesen:

LUDWIG BECK AG

Jens Schott

t: +49 89 23691 – 798

f: +49 89 23691 – 600

jens.schott@ludwigbeck.de