

Corporate News

LUDWIG BECK: Wettersituation beeinträchtigte weiterhin Umsatzverlauf – versöhnliches Jahresendgeschäft erwartet

München, 17. Oktober 2013 – Der außergewöhnlich lange Winter hatte bereits im Frühjahr des Jahres die Umsätze des Münchner Modekonzerns LUDWIG BECK (ISIN DE 0005199905) negativ beeinflusst. Im Sommer waren mit einer extremen Hitzeperiode und Bauarbeiten am S-Bahnnetz weitere Beeinträchtigungen hinzugekommen. So bestand an vier Samstagen, dem für LUDWIG BECK wichtigsten Verkaufstag, keine S-Bahnverbindung zum Stammhaus am Münchner Marienplatz. Der dadurch bedingte Umsatzrückgang in den ersten neun Monaten des Jahres fiel dennoch mit einer flächenbereinigten Umsatzentwicklung von -0,4% vergleichsweise niedrig aus. Der neue Online-Shop entwickelte sich weiterhin sehr erfreulich. Die Textileinzelhandelsbranche verzeichnete im gleichen Zeitraum ein Minus von 2%.

Umsatzentwicklung

Der Bruttoumsatz auf Konzernebene lag in den ersten neun Monaten 2013 bei 68,5 Mio. € gegenüber 70,4 Mio. € im Vorjahr (-1,9 Mio. €). Im Vorjahr hatte noch die Ende Juni 2012 veräußerte Esprit-Filiale im Münchner Olympiaeinkaufszentrum mit insgesamt 1,6 Mio. € zum Konzernumsatz beigetragen. Auf vergleichbarer Fläche beträgt der Umsatzrückgang lediglich 0,3 Mio. € oder 0,4%. Zum Vergleich: Der TW-Testclub ermittelte für den deutschen Modehandel im selben Zeitraum insgesamt ein Umsatzminus von 2% gegenüber dem Vorjahr. Das Stammhaus am Marienplatz erzielte mit einem Bruttoumsatz von 66,7 Mio. € (Vorjahr: 67,9 Mio. €) ein Minus von 1,7%. Dagegen verzeichneten sowohl HAUTNAH in den FÜNF HÖFEN, als auch die ludwigbeck.de GmbH Umsätze, die die Erwartungen des Managements deutlich übertrafen.

Ergebnissituation

Der wetterbedingte Umsatzverlauf, Baubehinderungen, planmäßige Anlaufkosten für die im Dezember 2012 gestartete ludwigbeck.de GmbH sowie der Wegfall der noch 2012 ertragsmäßig positiv ins Gewicht gefallenen Esprit-Filiale im Olympiaeinkaufszentrum ließen die Ergebnisse des Münchner Modeunternehmens unter dem Vorjahreswert verharren.

So erwirtschaftete LUDWIG BECK in den ersten neun Monaten 2013 einen Nettoertrag von 28,7 Mio. € (Vorjahr: 29,6 Mio. €). Im Vorjahr hatte die veräußerte Esprit-Filiale noch einen Nettoertrag von 0,6 Mio. € beigesteuert. Die Nettoertragsquote lag bei 49,8% (Vorjahr: 50,0%).

Die Kosten saldiert mit den entsprechenden Erträgen lagen bei 23,3 Mio. € gegenüber 22,1 Mio. € im Vorjahr. Die Kostenquote (Aufwendungen saldiert mit den korrespondierenden Erträgen) betrug 40,4% gegenüber 37,3%.

Das Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) belief sich somit auf 5,4 Mio. € (Vorjahr: 7,6 Mio. €). Die EBIT-Marge erreichte entsprechend 9,4% - im Vorjahreszeitraum waren es 12,8%.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug 4,1 Mio. € (Vorjahr: 6,2 Mio. €), die EBT-Marge 7,2% (Vorjahr: 10,5%). Das Periodenergebnis nach Minderheiten lag bei 2,6 Mio. € gegenüber 4,1 Mio. € in den ersten neun Monaten 2012.

Ausblick

Die führenden Wirtschaftsinstitute wie das Kieler Institut für Weltwirtschaft (IfW) und das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) sehen die deutsche Konjunktur im Laufe dieses Jahres, aber viel mehr noch 2014, wieder in Fahrt kommen. Für 2013 prognostizieren sie ein deutsches Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 0,5% bzw. 0,4%; 2014 wird mit einem Wachstum von 1,8% bzw. 1,7% gerechnet. Die Eurozone dürfte sich aus der Rezession befreit haben. Und wenn auch beim Verbraucher weiterhin Unsicherheiten über die Auswirkungen der Euro-Währungskrise bestehen, bescheinigt die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) den Deutschen eine auch in Zukunft stabile Kauflaune auf hohem Niveau.

Zudem hat LUDWIG BECK in den zurückliegenden Jahren immer wieder die Fähigkeit bewiesen, ungünstige Wettersituationen und andere Verkaufsbeeinträchtigungen zu neutralisieren und aus eigener Stärke neues Wachstum zu generieren. Diese innere Stabilität des Konzerns beruht nicht zuletzt auf der großen Anziehungskraft der Marke LUDWIG BECK. Sie wird getragen von einem nahezu perfekten Standort, einem exklusiven Sortiment, herausragender Verkaufskultur und dem stark emotional aufgeladenen Flair eines in Europa sicher einzigartigen Einzelhandelskaufhauses. Damit hat sich das Unternehmen das Vertrauen von Anlegern und Partnern erworben. Auch in Zukunft sollen Kontinuität, Zuverlässigkeit und Wachstum die bestimmenden Faktoren der Unternehmensentwicklung sein.

Ein Beispiel für die dazu konsequent verfolgte Aufwertungsstrategie ist die derzeit in Vorbereitung befindliche Erweiterung und Neugestaltung des Tiefgeschosses im Stammhaus am Marienplatz. Hier sollen ca. 500 qm Verkaufsfläche neu erschlossen werden – ein wirksamer Impuls für die Zukunftsfähigkeit von LUDWIG BECK.

Wenngleich in den ersten neun Monaten die ungünstige Wettersituation sowie weitere Beeinträchtigungen durch Baustellen im S-Bahnbereich und in unmittelbarer Nähe des Verkaufshauses am Münchner Marienplatz ihren Tribut gefordert haben, prognostiziert das Management weiterhin ein Ergebnis vor Steuern an der unteren Marke der Spanne zwischen 11 bis 13 Mio. €, die zu Jahresbeginn als Zielbereich für 2013 genannt wurde. Dieter Münch, Vorstand der LUDWIG BECK AG: „Wir sind zuversichtlich und rechnen mit einer Verbesserung der Kostenquote im traditionell umsatzstärksten letzten Quartal.“ Der Umsatz soll bei ca. 103 Mio. € liegen. Die bisherige Prognose belief sich auf 105,6 bis 107,6 Mio. €.

Der ausführliche Neunmonatsbericht wird im Internet unter <http://kaufhaus.ludwigbeck.de> im Bereich Investor Relations unter der Rubrik Finanzpublikationen/Zwischenberichte veröffentlicht.

Konzernkennzahlen

| in Mio. € | 01.01.2013 | 01.01.2012 |
|--|------------|------------|
| | 30.09.2013 | 30.09.2012 |
| Umsatz (brutto) | 68,5 | 70,4 |
| Umsatz (netto) | 57,6 | 59,2 |
| Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibung (EBITDA) | 7,5 | 9,7 |
| Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) | 5,4 | 7,6 |
| Ergebnis vor Steuern (EBT) | 4,1 | 6,2 |
| Periodenergebnis nach Minderheiten | 2,6 | 4,1 |
| Eigenkapital | 60,3 | 55,8 |
| Eigenkapitalquote (in %) | 55,6 | 51,6 |
| Ergebnis pro Aktie (in €) | 0,70 | 1,10 |
| Investitionen | 2,7 | 2,0 |
| Mitarbeiter (Anzahl zum Stichtag 30.09.) ²⁾ | 444 | 467 |

ohne Auszubildende

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

Über LUDWIG BECK

Die LUDWIG BECK AG gehört zur Spitze der deutschen Textil-Einzelhandelsunternehmen und erwirtschaftet mit 471 Mitarbeitern auf insgesamt ca. 11.557 qm Fläche einen Umsatz von 103,2 Mio. € (Stand 31. Dezember 2012).

Das Stammhaus - das Kaufhaus der Sinne - liegt im Herzen Münchens, direkt am Marienplatz. Auf sieben Etagen bietet LUDWIG BECK internationale Mode, Lederwaren und Accessoires, exklusive Kosmetik und mit mehr als 120.000 Titeln Europas größte stationäre Auswahl an Klassik, Jazz, Weltmusik und Hörbüchern. Seit Ende 2012 bietet LUDWIG BECK das besondere Markenportfolio der Beautyabteilung auch zum Online-Shopping unter www.ludwigbeck.de an. Kunden erwartet hier eine einzigartige Auswahl von über 8.000 Produkten von mehr als 80 Marken aus Luxus- und Nischenkosmetik.