

Zwischen Tradition und Moderne

► **LUDWIG BECK** Trotz zuletzt schwächerer Zahlen bleibt das Münchner Traditionshaus für Mode, Kosmetik und Parfüm auf Kurs. Vor allem der Ausbau des Onlineshops soll für steigende Umsätze sorgen

Es gibt ihn noch, den Einzelhandel mit Tradition und Stil. Das Münchner Textilhaus **Ludwig Beck** am Rathaus- eck setzt auf gehobene Mode, teure Kosmetik und Düfte sowie angesagte Accessoires. Das Kaufhaus am Marienplatz ist mit diesem Angebot bei Einheimischen und Touristen gleichermaßen beliebt. Für manch eine Kundin aus Asien oder der arabischen Welt soll das edle Geschäft gar die erste Adresse in München sein.

Auch Analysten überzeugt das 1861 gegründete Unternehmen – trotz zuletzt etwas schwächerer Zahlen. „Obwohl ein leichter Umsatzrückgang und höhere Kosten das Ergebnis für 2013 belastet haben, sind die Zahlen von Ludwig Beck gut ausgefallen“, findet Felix Gode vom Investmenthaus GBC. Den Umsatz drückten Umbauarbeiten an einer nahe gelegenen S-Bahn-Haltestelle und ein Wasserschaden im Kaufhaus. Konkret gab der Nettoumsatz um ein Prozent auf 102,1 Millionen Euro nach, während das operative Ergebnis um elf Prozent auf 12,3 Millionen Euro sank.

Auf der Kostenseite haben sich die Schließung der Esprit-Filiale im Geschäft sowie der Ausbau des Onlineshops bemerkbar gemacht. „Während die Schließung einen einmaligen Effekt darstellt, ist der Internetshop mittelfristig eine sehr gute Investition“, sagt



| KAUFEN | | | |
|--------------|--------------|-----------|---------|
| Risiko | Mittel | WKN | 519990 |
| Börsenwert | 106,1 Mio. € | KGV 2015e | 12,7 |
| Kurs | 28,71 € | Kursziel | 36,00 € |
| Handelsplatz | Xetra | Stoppkurs | 25,90 € |

Die Aktie von Ludwig Beck bewegte sich zuletzt seitwärts. Gelingt es dem Einzelhändler, Umsatz und Ertrag zu steigern, dürfte der bisherige **Widerstand bei 30 Euro** überwunden werden.

Gode, der davon ausgeht, dass das Online-business bis 2016 zehn Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen kann. Das Kalkül: Gut betuchte Touristen, die das außergewöhnliche Kosmetiksoriment im Stammhaus schätzen, dürften nach dem Urlaub auch von zu Hause aus bestellen.

Auch im Haupthaus am Marienplatz tut sich was. Das Unternehmen erweitert derzeit die Verkaufsfläche der Herrenabteilung um fünf Prozent. „Das dürfte sich positiv auf den Umsatz auswirken“, erklärt Gode. Die Unternehmensleitung rechnet bis 2015 mit einem zweistelligen Umsatzwachstum. Analyst Gode hält diese Schätzung für realistisch. „Ludwig Beck ist für einen Einzelhändler sehr gut aufgestellt. Das Unternehmen wächst selbst in schweren Zeiten und glänzt mit Gewinnmargen und Eigenkapitalrenditen, die im Branchenvergleich ihresgleichen suchen“, sagt der Fachmann. Außerdem geht er davon aus, dass in der Bilanz große stille Reserven schlummern. „Das Stammhaus am Münchner Marienplatz ist in der Bilanz mit 70,9 Millionen Euro bewertet.“ Angesichts der steigenden Immobilienpreise in der Stadt ein konservativer Wert. **NICO POPP**

Chart: BO Data/small charts; Bild: Peter Schickler/ddp images



Ludwig-Beck-Stammhaus: In allerbesten Lage am Münchner Marienplatz