

1. Halbjahr 2008:

Loewe erneut mit Ergebnissprung

- **EBIT-Verbesserung von 7,9 Mio. Euro um 80 % auf 14,2 Mio. Euro**
- **EBIT-Marge steigt deutlich von 5,1 % auf 7,9 %**
- **Umsatzwachstum um 16 % auf 179,7 Mio. Euro**
- **Umsätze mit großformatigen LCD-TVs um 52 % erhöht**
- **Positive Impulse durch die Fußball-EM 2008**
- **IFA-Preview-Awards gehen wieder an Loewe**
- **Aussichten für das laufende Geschäftsjahr 2008 bestätigt**

Kronach, 06. August 2008 – Der Loewe Konzern konnte das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in den ersten sechs Monaten 2008 um 80 % auf 14,2 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr deutlich steigern. Der Umsatz ist im Berichtszeitraum um 16 % auf 179,7 Mio. Euro gestiegen. Durch die konsequent wertorientierte Vermarktung der Loewe Premiumprodukte und das weiter verbesserte Produktmix erhöhte sich im ersten Halbjahr 2008 die EBIT-Marge klar auf 7,9 %, nach 5,1 % im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. „Loewe hat sich in den letzten sechs Monaten weiter hervorragend entwickelt und ist auf gutem Weg, mit seinen attraktiven und individuellen Home Cinema-Lösungen die Marktführerschaft im Bereich Home Entertainment Systeme in Europa auszubauen“, betonte der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Frieder C. Löhner.

Loewe verbesserte im zweiten Quartal 2008 das EBIT deutlich von 3,0 Mio. Euro um 163 % oder 4,9 Mio. Euro auf 7,9 Mio. Euro. Das entspricht einer

EBIT-Marge von 8,8 %, nach 4,1 % im Vorjahreszeitraum. In den ersten sechs Monaten 2008 beträgt damit das EBIT 14,2 Mio. Euro, nach 7,9 Mio. Euro im Vorjahr. Der erneute Ergebnissprung ist im Wesentlichen auf die wertorientierte und konsequent preisstabile Vermarktung, das weiter verbesserte Produktmix sowie niedrigere, auch durch die US-Dollarschwäche günstigere Beschaffungskosten zurückzuführen. „Loewe ist es in den ersten sechs Monaten 2008 sehr erfolgreich gelungen, sich dem allgemeinen Marktrend rückläufiger Preise weitestgehend zu entziehen und damit die Profitabilität des Unternehmens kontinuierlich zu verbessern“, so Löhner. Durch die konsequente Umsetzung der Premium Strategie konnte Loewe den Durchschnittspreis pro verkauftem LCD-TV-Gerät gegenüber dem Vorjahreszeitraum sogar leicht erhöhen.

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist im zweiten Quartal 2008 von 73,1 Mio. Euro um 22 % auf 89,5 Mio. Euro gestiegen. „Neben dem anhaltend dynamischen Marktwachstum bei LCD-TVs in Europa haben wir insbesondere im zweiten Quartal die positiven Nachfrageimpulse durch die Fußball-EM 2008 in Österreich und der Schweiz sehr gut nutzen können“, erläuterte Finanzvorstand Oliver Seidl. In den ersten sechs Monaten 2008 ist der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr somit von 155,1 Mio. Euro um 16 % auf 179,7 Mio. Euro gestiegen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz mit LCD-TVs um 24 %. Dabei haben sich die Umsätze mit großformatigen und margenstarken LCD-Geräten (≥ 37 Zoll) um 52 % erhöht. Im Berichtszeitraum ist Loewe stärker als der europäische Markt gewachsen und erhöhte im wichtigen LCD-Segment den wertmäßigen Marktanteil im europäischen Fachhandel von 4,0 % auf 4,6 %.

Im Rahmen der großen IFA-Preview-Veranstaltungen in Hamburg und München haben mehr als 250 Journalisten von renommierten Tageszeitungen, Fachzeitschriften und Magazinen die IFA Preview-Awards vergeben.

Sie wählten im Vorfeld der Internationalen Funkausstellung in Berlin (IFA) die herausragende Innovation und die beste Designleistung der Consumer Electronics. Sieger in beiden Kategorien ist - wie im Vorjahr - Loewe. Als herausragende Innovation bewerteten die Medienvertreter das neue Individual Media-center. Dieses intelligente Medienzentrum macht viele multimediale Inhalte unkompliziert nutzbar und dient gleichzeitig als Zentrale für die perfekte Verteilung von Musik- und Radioquellen im ganzen Haus. Als beste Designleistung stuften die Journalisten die neue TV-Familie Loewe Art SL ein. Der Art SL ist der flachste Fernseher von Loewe und trotzdem mit allem Komfort bestückt, für ein herausragendes Kinoerlebnis zuhause.

Auch das zweite Halbjahr 2008 steht bei Loewe im Zeichen von gezielten Investitionen. Löhner: „Wir werden weiter konsequent den qualitativen und quantitativen Ausbau der Distribution im In- und Ausland vorantreiben sowie mit Leuchtturm-Shops in internationalen Metropolen Schritt für Schritt die Präsenz im Fachhandel weiter erhöhen.“ Darüber hinaus investiert Loewe in eine Fertigungslinie neuester Technologie, in ein umfassendes System zum Kundenbeziehungsmanagement (CRM) sowie in eine Kompetenzoffensive bei Mitarbeitern und Fachhandelspartnern.

Trotz der aktuell etwas schwächeren wirtschaftlichen Fundamentaldaten in Teilen der Eurozone erwartet Loewe, dass sich der europäische Heimkino-TV-Markt wegen der anhaltend hohen Nachfrage nach großformatigen LCD-TVs, neuen digitalen Produkten sowie durch das gestiegene Markenbewusstsein der Konsumenten auch im laufenden Geschäftsjahr 2008 weiter positiv entwickeln wird. Aus heutiger Sicht ist aber davon auszugehen, dass sich die generell etwas schwächeren Sommermonate Juli und August sowie die veränderte Saisonale durch die Fußball-EM auf das dritte Quartal 2008 dämpfend auswirken könnten. Dennoch erwartet das Unternehmen im zweiten Halbjahr 2008 positive Impulse durch die im September stattfindende IFA und

Seite 4

das traditionell gute Weihnachtsgeschäft. Für das Gesamtjahr 2008 rechnet Loewe deshalb weiterhin mit einem Umsatzwachstum von 7 % auf rund 400 Mio. Euro und einer Ergebnisverbesserung beim EBIT von 14 % auf ca. 24 Mio. Euro.

August 2008

Kontakte:

Investor Relations

Axel Gentzsch

Fon: +49 9261 99-240

Fax: +49 9261 99-994

Mobil: +49 170 7667212

axel.gentzsch@loewe.de

Public Relations

Dr. Roland Raithel

Fon : +49 9261 99-217

Fax : +49 9261 99-444

Mobil: +49 171 2005476

roland.raithel@loewe.de