

Bilanz-Pressekonferenz der Loewe AG: Zukunftsprogramm „Fast Forward“ intensiviert

- **Umsatz- und Ergebniswachstum für 2011 geplant**
- **Produktoffensive mit 3D-Fernsehgeräten**
- **Marktwachstum hält an**
- **2010 mit negativem Ergebnis**
- **solide Kapitalstruktur**

Kronach/München. – „Unser Zukunftsprogramm „Fast Forward“ beginnt in vielen Bereichen zu greifen, auch wenn Loewe in den ersten Wochen des laufenden Jahres bei Umsatz und Ergebnis unter den entsprechenden Vorjahreswerten liegt“, kommentierte Loewe Vorstandsvorsitzender Oliver Seidl während der Bilanz-Pressekonferenz des Unternehmens in München die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung.

„Fast Forward“ wurde im Sommer 2010 gestartet mit der Zielsetzung, die besonderen Loewe Stärken – Schnelligkeit, Flexibilität und innovative Alleinstellung – wieder konsequent auszubauen und das Unternehmen damit zu stärken. Generell geht es Loewe dabei darum, durch strukturelle und organisatorische Maßnahmen sowie durch strikte Kostendisziplin die Grundlage für profitables Wachstum zu schaffen. Dazu wurde in den vergangenen Monaten die Organisation zielorientiert gestrafft. Das für die Produktentstehung verantwortliche Management erhielt bereichsübergreifend mehr Kompetenzen. Darüber hinaus hat Loewe damit begonnen, die zentralen Unternehmensbereiche Entwicklung, Marketing und Vertrieb neu zu strukturieren und wird so die Schlagkraft des gesamten Unternehmens kontinuierlich erhöhen, mit neuen Produkten schneller am Markt sein und damit zusätzlichen Kundennutzen schaffen.

„Bereits im vierten Quartal 2010 konnten wir die ersten Früchte unserer Arbeit ernten: Alle für das Weihnachtsgeschäft angekündigten Produktlinien mit innovativster LED-Technologie wurden pünktlich und erfolgreich in den Markt eingeführt“, so Seidl weiter. Zudem konnten ergebniswirksame Einsparungen in Höhe von rund 6 Mio. Euro v.a. im Bereich Einkauf realisiert werden.

Der Umsatz des Loewe Konzerns lag – wie berichtet – im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 307,3 Mio. Euro um 5 % unter dem Wert des Vorjahres von 324,0 Mio. Euro. Während im wichtigsten Markt Deutschland der Umsatz mit 179,7 Mio. Euro um 7 %

unter dem Vorjahreswert lag, verzeichnete der Export lediglich einen Rückgang um 3 % auf 127,6 Mio. Euro. Bei großformatigen TV-Geräten konnte das Unternehmen den Umsatzanteil von 58 % im Vorjahr auf 66 % steigern und damit die Premiumposition ausbauen. Durch das gesunkene Umsatz- und Produktionsvolumen erzielte Loewe 2010 ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von – 5,3 Mio. Euro nach 13,5 Mio. Euro im Vorjahr.

Aufgrund notwendiger Preisanpassungen sowie höherer Beschaffungskosten - insbesondere bei den am Markt stark nachgefragten LCD-Panels – konnte Loewe im Geschäftsjahr 2010 eine Bruttomarge von nur 22,8 % erzielen (Vorjahr: 29,2 %). Zudem ist in den ersten sechs Monaten 2010 das Geschäft rund um die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika hinter den Erwartungen zurückgeblieben.

Auch im Geschäftsjahr 2011 wird Loewe die Zukunftssicherung im Rahmen von „Fast Forward“ weiter vorantreiben. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der konsequenten Fortsetzung der im Jahr 2010 begonnenen Themen. Seidl: „Nach der Neuorganisation der Produktentwicklung werden wir die Prozesse weiter optimieren, um die laufende Produktoffensive zu forcieren. Zusätzlich werden wir die Produktkosten reduzieren, neue Produkte schneller in den Markt einführen und unser Sortiment noch zielgerichteter auf die Kunden im europäischen Premiummarkt ausrichten.“ So wird Loewe in diesen Tagen mit dem Individual Compose das erste von zahlreichen neuen 3D-Fernsehgeräten im Markt einführen. Seine führende Marktstellung beim Zusammenwachsen von Internet und Fernsehen wird das Unternehmen weiter ausbauen. Darüber hinaus erweitert Loewe 2011 den Bereich Home Entertainment-Systeme mit innovativen Lautsprecher- und Multiroom-Lösungen.

Loewe wird im laufenden Geschäftsjahr auch die premiumgerechte Vermarktung der hochwertigen Loewe Produkte im In- und Ausland u. a. durch eine engere Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel optimieren. Ein weiterer Schwerpunkt der Marketing- und Vertriebs-Aktivitäten liegt beim Ausbau der qualitativen und quantitativen Distribution. Insgesamt soll die internationale Vertriebsorganisation weiter gestärkt und noch konsequenter an den Anforderungen der Märkte und Kunden ausgerichtet werden.

„Zwar sind die ersten Monate 2011 bei Umsatz und Ergebnis noch belastet“, so Oliver Seidl, „so rechnen wir doch für das laufende Geschäftsjahr 2011 mit einem Umsatzwachstum von rund 10 % auf 340 Mio. Euro und einem positiven Ergebnis vor Zinsen und Steuern. Dies unter der Voraussetzung, dass sich die aktuelle Situation nach

den Naturkatastrophen in Japan nicht nachhaltig auf die Nachfrage nach langlebigen Premiumprodukten und die Verfügbarkeit von Produktionsmaterial auswirkt.“

Mit dem langfristig angelegten Zukunftsprogramm „Fast Forward“ hat Loewe die Weichen dafür gestellt. Auch der Markt bietet gute Chancen. Neben dem weiterhin hohen Ersatzbedarf und dem zunehmenden Mehrfachbesitz von LCD-TVs in Europa bieten neue Technologien wie 3D-Fernsehen sowie noch individuellere Bedienkonzepte für Loewe über das aktuelle Geschäftsjahr hinaus attraktive Wachstumschancen. Zudem ist das Unternehmen mit seiner soliden Kapitalstruktur und den weitreichenden Finanzierungsvereinbarungen auch von dieser Seite für die Zukunft gut aufgestellt.

Kontakt:

Loewe AG

Industriestraße 11

D-96317 Kronach

Tel.: +49 (0)9261 99-217

Fax: +49 (0)9261 99-444

<http://www.loewe.de>

presse@loewe.de