

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr Aktionärinnen und Aktionäre,

nach den traditionell etwas schwächeren Sommermonaten Juli und August war die Internationale Funkausstellung 2011 in Berlin im September für Loewe ein gelungener Start in das wichtige Saisongeschäft. Unsere hochwertigen Home Entertainment Systeme mit bestem Bild und individuellem Sound haben dabei genauso zum Erfolg der IFA beigetragen wie die neuen attraktiven Audio Lösungen. Die Aufträge unserer Handelspartner lagen über Vorjahr und stärken unsere Erwartungen an ein gutes Saisongeschäft 2011.

Der Umsatz des Loewe Konzerns lag im dritten Quartal 2011 mit 67,4 Mio. Euro um 1% über dem Wert des Vorjahres von 66,5 Mio. Euro. Sehr erfreulich war die Umsatzentwicklung bei den für Loewe wichtigen LCD-Fernsehgeräten. Ihr Umsatz stieg im dritten Quartal von 53,9 Mio. Euro im Vorjahr um 4% auf 55,9 Mio. Euro. Insgesamt lagen damit die Umsätze in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2011 mit 186,1 Mio. Euro um 13% unter dem Vorjahreswert von 213,9 Mio.

Aufgrund des leicht erhöhten Umsatzniveaus und erfolgreicher Kosteneinsparungen im Rahmen unseres Zukunftsprogramms „Fast Forward“ konnten wir im dritten Quartal 2011 die Verluste verringern. Loewe erzielte in diesem Zeitraum ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von –3,9 Mio. Euro nach –5,0 Mio. Euro in der Vergleichsperiode des vergangenen Jahres. In den ersten neun Monaten sank damit das EBIT auf –11,7 Mio. Euro nach –9,1 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Nachdem wir in den letzten Monaten die Produktentwicklung erfolgreich neu organisiert und die internen Prozesse weiter optimiert haben, sind alle geplanten Umstellungen der TV-Geräte von 2D auf 3D termingerecht erfolgt. Darüber hinaus werden wir in den kommenden Wochen mit neuen Audio Stand-alone Produkten unser Produktportfolio um ein komplett neues Segment erweitern. Damit bietet Loewe nun für das wichtige Saisongeschäft 2011 ein hochaktuelles und attraktives Produktportfolio an.

Die durch „Fast Forward“ initiierten Maßnahmen zur Kostenreduzierung werden weiter zielgerichtet abgearbeitet. So werden insbesondere im Bereich der Materialkosten die erarbeiteten Einsparungspotenziale konsequent genutzt. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Ausbau der premiumgerechten Vermarktung der Loewe Produkte im In- und Ausland. Zu den zwei bereits bestehenden Pilotprojekten bei der Handelskette FNAC in Frankreich sind bis Jahresende weitere fünf Verkaufspunkte geplant. Bei John Lewis in Großbritannien wurden zunächst vier Testfilialen ausgestattet, weitere drei sind im Oktober ans Netz gegangen.

Ein weiteres zentrales Element von „Fast Forward“ ist die aktuelle Kommunikationsoffensive. So laufen zurzeit verschiedene Kampagnen mit Anzeigen in großen Tageszeitungen und zielgruppenorientierter, regionaler Radiowerbung. Und pünktlich zum Saisongeschäft startet Loewe mit einer aufmerksamkeitsstarken TV-Kampagne. Im Mittelpunkt stehen dabei unsere Produktlinie Loewe Individual und die vielfältigen Konfigurationsmöglichkeiten, die diese Linie bietet. Die TV-Spots werden im Zeitraum November und Dezember auf den Nachrichtensendern n-tv und N24 ausgestrahlt. Mit den insgesamt 450 Spots erreichen wir die für Loewe relevanten Zielgruppen optimal.

Loewe wird künftig seine Position als die europäische Premiummarke der Consumer Electronics wieder ausbauen. Mit „Fast Forward“ haben wir dafür die Weichen gestellt. Nach dem erfolgreichen Auftritt von Loewe auf der diesjährigen Funkausstellung in Berlin rechnen wir im Rahmen der allgemeinen konjunkturellen Erwartungen mit einem guten Saisongeschäft 2011. Allerdings wird der Umsatz im Gesamtjahr 2011 aufgrund der Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten 2011 unter dem Vorjahreswert liegen, so dass ein positives EBIT für das Geschäftsjahr 2011 nicht erreicht werden kann.

Auch wenn die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen Europas vor allem das Loewe Geschäft im Ausland belasten, bietet der Markt für Unterhaltungselektronik im Premiumsegment mittelfristig gute Chancen. Neben dem weiteren Ersatzbedarf und dem zunehmenden Mehrfachbesitz von LCD-TVs in Europa geben neue Technologien wie 3D-Fernsehen und HbbTV – die Verbindung von Fernsehen und Internet – über das aktuelle Geschäftsjahr hinaus positive Impulse.

Mit freundlichen Grüßen



Oliver Seidl

Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG