

Loewe AG – 1. Halbjahr 2012:

Loewe mit Umsatzwachstum und deutlicher Ergebnisverbesserung

- **Umsatzwachstum um 6 % auf 125,6 Mio. Euro**
- **Ergebnisverbesserung von -7,8 Mio. Euro auf -2,2 Mio. Euro**
- **Bruttomarge erhöht sich deutlich auf 26,0 %**
- **Marktanteil in Europa steigt von 3,2 % auf 4,4 %**
- **Tochtergesellschaft in China gegründet**

Kronach, 2. August 2012. – „Wir liegen beim Umsatz über dem Vorjahresniveau und konnten die positive Ergebnistendenz fortsetzen. Und das in einem europäischen Markt für LCD-TVs, der wertmäßig um 10 % zurückgegangen ist“, so fasste der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Oliver Seidl, die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2012 zusammen. Der Umsatz des Loewe Konzerns ist in den ersten sechs Monaten 2012 um 6 % auf 125,6 Mio. Euro gestiegen nach 118,7 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Weiterhin erfreulich ist die Geschäftsentwicklung im Produktbereich Audio/DVD durch die neuen Loewe Audiodesign-Lösungen. Ihr Umsatz stieg im ersten Halbjahr um 13 % auf 12,1 Mio. Euro. Durch das höhere Umsatzvolumen und die verbesserte Bruttoergebnismarge konnte Loewe im ersten Halbjahr 2012 die Verluste weiter deutlich verringern und erzielte ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -2,2 Mio. Euro nach -7,8 Mio. Euro in der Vergleichsperiode des vergangenen Jahres.

Neben den attraktiven Loewe Audiodesign-Lösungen hat vor allem die im zweiten Quartal 2012 sehr erfolgreich in den Markt eingeführte neue Produktfamilie Connect ID zur positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung beigetragen. Während die Geschäftsentwicklung von Loewe in Deutschland und der Schweiz sehr gut verlief, haben vor allem die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in weiten Teilen Europas das Geschäft im Ausland weiter belastet. In seinem wichtigsten Markt Deutschland konnte der Premiumhersteller aber die positiven Impulse durch die Abschaltung des analogen Satelliten-TVs sowie die Fußball EM nutzen und seine gute Position im ersten Halbjahr 2012 weiter ausbauen. So stiegen die Umsätze im Berichtszeitraum im Heimatmarkt um 20 % auf 80,9 Mio. Euro deutlich. Die Auslandsmärkte verzeichneten hingegen mit Umsätzen in Höhe von 44,7 Mio. Euro einen Rückgang um 13 %.

Durch das Umsatzwachstum ist es Loewe gegen den aktuellen Markttrend gelungen, den wertmäßigen Marktanteil in Europa bei LCD-TV bis Anfang Juni 2012 von 3,2 % im Vorjahr auf 4,4 % zu steigern. Dieser Zuwachs wurde vor allem durch die gute Geschäftsentwicklung von Loewe in Deutschland getragen. Der wertmäßige Marktanteil konnte hier von 7,5 % auf 9,7 % gesteigert werden.

Die klare EBIT-Verbesserung im ersten Halbjahr 2012 ist neben dem gestiegenen Umsatzvolumen im Wesentlichen auf die deutlich höhere Bruttoergebnismarge zurückzuführen. Sie stieg infolge der konzeptionellen Überarbeitung zweier Produktfamilien, der erfolgreichen Einführung der Loewe Audiodesign-Lösungen und der Markteinführung der neuen TV-Linie Connect ID von 22,7 % im Vorjahreszeitraum um 3,3 Prozentpunkte auf 26,0 % im ersten Halbjahr 2012. „Die Bruttoergebnismarge hat damit nahezu wieder unser strategisches Zielniveau erreicht“, so Seidl weiter.

Zudem ist die strategische Weiterentwicklung bei Loewe auf einem guten Weg. So hat das Unternehmen Ende April 2012 die Loewe Asia Holding Ltd. in Hongkong und im Juli 2012 deren Tochtergesellschaft, die Loewe Technology Shenzhen Ltd., gegründet. Loewe Technik-Vorstand, Dr. Detlef Teichner: „Ziel unserer Tochtergesellschaft in China ist es, die vorhandenen Netzwerke in Asien mit eigenen Aktivitäten noch intensiver zu nutzen und damit die Supply Chain nachhaltig zu optimieren. Wir können damit unser Produktportfolio effektiv erweitern und werden so noch schneller und innovativer.“ Ein erster wesentlicher Schwerpunkt ist der Bereich Audio.

Um seine Position als führende Premiummarke der Consumer Electronics noch stärker auszubauen, arbeitet Loewe aktuell an länderspezifischen Distributionskonzepten für die unterschiedlichen europäischen und internationalen Märkte. Wie bisher auch, wird in den deutschsprachigen Kernmärkten die Partnerschaft mit dem qualifizierten Fachhandel die Basis des Erfolges sein. Darüber hinaus bietet Loewe seit Juli 2012 sein Audiodesign-Sortiment (Loewe SoundVision, AirSpeaker und SoundBox) auch auf den Online-Plattformen von Amazon und Otto an. Seidl: „Gerade dieses wichtige Teilsortiment wird im Internet stark nachgefragt und wir müssen unsere Kunden dort ansprechen, wo sie diese Produkte suchen. Im europaweiten Vertrieb über die Apple-Online-Stores haben wir bereits gute Erfahrungen gemacht.“ Selbstverständlich stellt das Unternehmen dabei sicher, dass die Loewe Premiumkunden auch im Internet die Marke authentisch erleben und der Premiumanspruch in allen Details umgesetzt wird.

Auch wenn die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen Europas vor allem das Loewe Geschäft im Ausland belasten, bietet der Markt für großformatige LCD-TVs im Premiumsegment ab 1.500 Euro mittelfristig gute Chancen.

Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet Loewe deshalb weiterhin mit einem Umsatzwachstum und einer deutlichen Ergebnisverbesserung. Zudem ist Loewe mit seiner soliden Kapitalstruktur für die Zukunft gut aufgestellt.

Kontakt:

Loewe AG

Industriestraße 11

D-96317 Kronach

Investor Relations

Axel Gentzsch

Fon: +49 9261 99-240

Fax: +49 9261 99-994

Mobil: +49 170 7667212

axel.gentzsch@loewe.de

<http://www.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

<http://www.loewe.de>