

Loewe AG – 1. Quartal 2012: Loewe mit deutlichem Umsatzwachstum

- **Umsatzwachstum um 8 % auf 66,6 Mio. Euro**
- **Umsätze mit Audio um 32 % erhöht**
- **Ergebnisverbesserung auf -0,9 Mio. Euro**
- **Marktanteil in Europa steigt auf 4,5 %**
- **Bruttomarge erhöht sich deutlich auf 24,8 %**
- **Ziele für das Gesamtjahr 2012 bestätigt**

Kronach, 3. Mai 2012. – Der Umsatz des Loewe Konzerns ist im ersten Quartal 2012 um 8 % auf 66,6 Mio. Euro deutlich gestiegen nach 61,5 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Sehr erfreulich war insbesondere die Geschäftsentwicklung im Produktbereich Audio/DVD durch die neuen Loewe Audiodesign-Lösungen. Hier stieg der Umsatz im ersten Quartal sogar um 32 % auf 7,4 Mio. Euro. „Unser Unternehmen ist in einem schwierigen Marktumfeld gut ins Geschäftsjahr 2012 gestartet. Wir liegen im Rahmen unserer Erwartungen beim Umsatz klar über dem Vorjahresniveau und konnten die positive Ergebnistendenz fortsetzen“, fasste der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Oliver Seidl, die Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2012 zusammen.

Aufgrund des höheren Umsatzvolumens konnte Loewe wie erwartet im ersten Quartal 2012 die Verluste deutlich verringern. Das Unternehmen erzielte im Berichtszeitraum ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -0,9 Mio. Euro nach -2,9 Mio. Euro in der Vergleichsperiode des vergangenen Jahres. Trotz des noch negativen Ergebnisses gelang es Loewe insbesondere durch erfolgreiches Working Capital Management, den Finanzmittelbestand zum 31. März 2012 auf 36,2 Mio. Euro nochmals zu erhöhen. „Damit haben wir eine ausgezeichnete Basis, die unsere Wachstumsziele im laufenden Geschäftsjahr unterstützt“, so Seidl weiter.

Neben dem hochaktuellen und attraktiven Produktportfolio im Kernsegment TV haben vor allem die Ende 2011 eingeführten neuen Loewe Audiodesign-Lösungen wesentlich zur positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Quartal 2012 beigetragen. Während die Geschäftsentwicklung von Loewe in Deutschland, Österreich und der Schweiz äußerst positiv verlief, haben die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in weiten Teilen Europas das Geschäft im Ausland belastet. In seinem wichtigsten Markt Deutschland konnte der Premiumhersteller seine gute Position weiter aus-

bauen und die Umsätze in den ersten drei Monaten 2012 um 27 % auf 44,2 Mio. Euro steigern. Die Auslandsmärkte verzeichneten hingegen mit Umsätzen in Höhe von 22,4 Mio. Euro einen Rückgang um 16 %.

Durch das Umsatzwachstum ist es Loewe gegen die aktuelle Marktentwicklung gelungen, den wertmäßigen Marktanteil in Europa bei LCD-TV von 3,0 % im Vorjahr auf 4,5 % im ersten Quartal 2012 zu steigern. Dieser Zuwachs wurde vor allem durch die sehr gute Geschäftsentwicklung von Loewe in Deutschland getragen. Der Marktanteil konnte hier im Berichtszeitraum von 6,9 % deutlich auf 9,8 % gesteigert werden.

Die klare EBIT-Verbesserung im ersten Quartal 2012 ist im Wesentlichen auf eine deutlich höhere Bruttoergebnismarge zurückzuführen. Sie stieg infolge der konzeptionellen Überarbeitung zweier Gerätelinien, der vorzeitigen Markteinführung eines großformatigen TV-Gerätes und der Einführung der neuen Produktkategorie Loewe Audiodesign von 22,8 % im Vorjahreszeitraum um 2,0 Prozentpunkte auf 24,8 % im ersten Quartal 2012. Zur Sicherung der Ertragslage wird auch weiterhin die wertorientierte Vermarktung der hochwertigen Loewe Home Entertainment Systeme beitragen.

Seidl: „Die strategische Weiterentwicklung der Premiummarke Loewe ist auf einem guten Weg.“ So hat das Unternehmen gleich zu Beginn des neuen Jahres mit den „Loewe plusTagen“ bei über 150 Fachhändlern eine Kommunikationsoffensive gestartet. Bereits in den kommenden Tagen wird mit der Markteinführung der neuen TV-Linie Connect ID die nächste große Kommunikationswelle anlaufen, mit Veranstaltungen im Fachhandel, einer Kooperation mit den bekannten Kunstgalerien Lumas und einer breit angelegten Printkampagne. Der Loewe Connect ID bietet im Preissegment ab 1.500 Euro individuellen Style und technische Features wie kein anderes Gerät dieser Preisklasse.

Um seine Position als internationale Premiummarke der Consumer Electronics 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. Im europäischen Ausland wird Loewe künftig noch stärker mit Handelskooperationen zusammenarbeiten. Darüber hinaus beschäftigt sich das Unternehmen intensiv mit den globalen Wachstumsmärkten.

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>