

Loewe AG - vorläufige Schlüsselzahlen 2011: Loewe im vierten Quartal 2011 wieder profitabel

Geschäftsjahr 2011:

- Umsatzrückgang um 11 % auf 274,3 Mio. Euro
- Negatives EBIT in Höhe von -10,5 Mio. Euro
- Positiver Ergebnisbeitrag von 1,2 Mio. Euro im vierten Quartal 2011
- Neues Loewe Audiodesign-Segment erfolgreich gestartet

Geschäftsjahr 2012:

- Premiumstrategie als Basis für erfolgreichen Turnaround
- Strategische Innovationen bei TV und Audio
- Marktwachstum im Premiumsegment hält an
- Umsatzwachstum und deutliche Ergebnisverbesserung erwartet

Kronach, 26. Januar 2012. – Der Loewe Konzern konnte im vierten Quartal 2011 ein positives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 1,2 Mio. Euro erzielen. „Die Internationale Funkausstellung 2011 in Berlin im September war für Loewe der erwartete gelungene Start in das wichtige Saisongeschäft. Unsere hochwertigen Home Entertainment Systeme haben genauso zu dem positiven Ergebnisbeitrag geführt wie die neuen attraktiven Audiodesign Lösungen“, zog der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Oliver Seidl, Bilanz. Durch die Belastungen in den ersten Monaten des vergangenen Geschäftsjahres lag der Umsatz im Gesamtjahr 2011 (01.01. – 31.12.2011) allerdings mit 274,3 Mio. Euro um 11 % unter dem Wert des Vorjahres von 307,3 Mio. Euro. Aufgrund des gesunkenen Umsatz- und Produktionsvolumens erzielte Loewe im Geschäftsjahr 2011 insgesamt ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -10,5 Mio. Euro (Vorjahr: -5,3 Mio. Euro).

Trotz des negativen Ergebnisses gelang es Loewe durch strikte Kostendisziplin und sehr gutes Working Capital Management, den Finanzmittelbestand zum 31. Dezember 2011 auf mehr als 25 Mio. Euro erheblich zu verbessern. „Damit haben wir eine hervorragende finanzielle Basis, die unsere Wachstumsziele im laufenden Geschäftsjahr unterstützt“, so Seidl.

Loewe konnte im Geschäftsjahr 2011 eine Bruttomarge von 22,8 % (Vorjahr: 22,8 %) erzielen. Aufgrund der Geschäftsentwicklung in den ersten drei Quartalen 2011 hatte das Unternehmen entschieden, das Zukunftsprogramm „Fast Forward“ weiter zu intensivieren. Nachdem in den letzten Monaten die Produktentwicklung erfolgreich neu organisiert, der Vertrieb personell verstärkt und die internen Prozesse weiter optimiert wurden, konnten die neuen Home Entertainment Systeme und die attraktiven Audiodesign Lösungen termingerecht im vierten Quartal 2011 eingeführt werden. Darüber hinaus hat die konzeptionelle Überarbeitung zweier TV-Gerätelinien die Bruttomarge in den letzten Monaten 2011 deutlich verbessert. Sie stieg von 23,6 % im Vorjahr um 0,8 Prozentpunkte auf 24,4 % im vierten Quartal 2011. „Insgesamt ist es uns im vierten Quartal 2011 gelungen, die Basis für einen erfolgreichen Turnaround zu legen“, so Seidl weiter.

Das tragende Fundament für einen erfolgreichen Turnaround ist die Loewe Premiumstrategie. Dabei heben minimalistisches Design, sinnvolle Innovationen und exklusive Individualität Loewe von allen anderen Marken in der UE-Branche ab. Insbesondere die Individualisierbarkeit und „Joy of Use“ sind im Premiumsegment kaufentscheidende Wettbewerbsvorteile. Seidl: „Weltweit gilt `Made and engineered in Germany` mehr denn je als Gütesiegel. Als Erfinder des Fernsehens setzen wir künftig noch stärker auf intuitiv bedienbare Systeme mit bestem Bild und bestem Ton, die die hohen Erwartungen anspruchsvoller Nutzer erfüllen und die sich perfekt in individuelle Wohnräume integrieren.“ Mittelfristig ist es das strategische Ziel, Loewe zur international führenden Premiummarke für individuelle Home Entertainment Lösungen zu entwickeln.

Vor allem das Zusammenwachsen von Unterhaltungselektronik- und IT-Branche sorgt für Dynamik im Markt. Aktuell entsteht eine neue Welt der individualisierbaren Vernetzung. Das Internet macht den Fernseher zum multifunktionalen „Smart TV“. Für den anspruchsvollen Loewe Kunden vervielfacht sich damit der Nutzen und die Attraktivität intelligenter, hochwertiger und sorgfältig aufeinander abgestimmter Systeme steigt. „Loewe verfügt mit seinen exklusiven Home Entertainment Lösungen über eine ideale Ausgangsposition, um vom Wachstum in diesen Segmenten zu profitieren - nicht zuletzt dank unserer preisgekrönten Innovationen in den Bereichen Smart-TV, Hausvernetzung und individueller Raumintegration“, betonte der neue Loewe Technik-Vorstand, Dr. Detlef Teichner.

Das deutsche Traditionsunternehmen wird 2012 sein komplettes TV-Sortiment neu strukturieren. Bereits im zweiten Quartal wird die neue Produktlinie Connect ID (Individual Design, von 32 bis 46 Zoll) im Preissegment ab 1.500 Euro in den Markt eingeführt. Der Loewe Connect ID bietet individuellen Style und technische Features wie kein anderes Gerät dieser Preisklasse. Mit der neuen Produktfamilie trifft Loewe präzise die

Bedürfnisse einer deutlich breiteren Zielgruppe und erschließt zudem eine jüngere Käuferschaft, die so früher an die Marke herangeführt wird. Connect ID ist exakt in diesem attraktiven Preissegment positioniert, welches im laufenden Geschäftsjahr 2012 in Europa um rund 25 % auf ca. 2,9 Mrd. Euro wachsen wird.

Im Bereich Audio ist das Ergebnis der Produktoffensive bereits sichtbar: ein völlig neues Segment an hochattraktiven Loewe Audiodesign Produkten. So spielt beispielsweise der für die Apple Welt entwickelte Loewe AirSpeaker (ab 750 Euro) drahtlos Musik von allen Geräten mit Apple AirPlay Technologie (iPhone, iPod, iPad, Computer mit iTunes Software). Der Loewe AirSpeaker überzeugt dabei mit der besten Soundqualität seiner Klasse sowie mit nahezu unbegrenzter Farb- und Materialvielfalt. Und mit dem Audio-Multitalent Loewe SoundBox beginnt die Loewe Markenwelt bereits bei 499 Euro. Die über den Erwartungen liegenden Durchverkäufe im vierten Quartal 2011 bestätigen diese strategische Weiterentwicklung des Sortiments.

Auch hinsichtlich innovativer Bedienkonzepte für Home Entertainment Systeme bietet Loewe eine der besten und bequemsten Lösungen. Mit der neuen Loewe Assist Media App verknüpft der deutsche Premiumhersteller TV-Geräte mit dem Apple iPad, das durch die Loewe App zur großflächigen Fernbedienung für das intelligente TV-Gerät wird. Die Fachzeitschrift Video urteilt in ihrer aktuellen Ausgabe: „Mit dieser App wird das iPad zur Luxusfernbedienung. So komfortabel waren Senderwahl, EPG, Archivaufnahme und Smart-TV-Funktionen noch nie.“

All diese Innovationen werden zurzeit im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Loewe plusTage“ bei Loewe Händlern exklusiv präsentiert und mit einer Printkampagne in auflagenstarken Tageszeitungen beworben.

Auch wenn die anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Teilen Europas vor allem das Loewe Geschäft im Ausland belasten könnten, bietet der Markt für Unterhaltungselektronik im Premiumsegment mittelfristig gute Chancen. Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet Loewe deshalb mit einem Umsatzwachstum und einer deutlichen Ergebnisverbesserung.

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>