

Loewe forciert Restrukturierung

- Umsatz- und Ergebnisrückgang im Geschäftsjahr 2012
- Investitionen in neue Produkte
- Ausbau der internationalen Marktposition
- Einsparungen bei Sach- und Personalkosten

Kronach. - Nach einem erfolgreichen ersten Halbjahr 2012, in dem Loewe den Umsatz um 6 Prozent steigern und das Ergebnis deutlich verbessern konnte, kam im dritten Quartal 2012 ein herber Rückschlag. Wie die gesamte Consumer Electronics Branche verzeichnete Loewe einen deutlichen Umsatzrückgang und Verluste.

Aufgrund der fortgesetzten Marktschwäche und Wettbewerbsintensität wird Loewe die Kostenstruktur des Unternehmens sowohl bei den Personal- als auch bei den Sachkosten entschlossen an das verringerte Geschäftsvolumen anpassen. Die hieraus resultierenden Aufwendungen werden das Unternehmensergebnis 2012 daher erheblich belasten. Loewe erwartet daher für das Geschäftsjahr 2012 neben einem Umsatzrückgang ein negatives Ergebnis (EBIT) von rund 20 Mio. Euro.

Um die Position des Unternehmens als führende internationale Premiummarke wieder zu festigen und auszubauen, hat Loewe ein weitreichendes Restrukturierungsprogramm auf den Weg gebracht, welches mit Blick auf die aktuellen Anforderungen weiter intensiviert wird.

Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung investiert Loewe in neue Märkte und Produkte. Ganz oben steht dabei das attraktive Sortiment im Premiumsegment. So wurde das neue Home Entertainment System „Loewe Individual“ erfolgreich auf den Markt gebracht. „Individual“ bietet dem Kunden höchste individuelle Gestaltungsfreiheit in Technik und Design. Als neue High-End-TV-Gerätefamilie wird noch vor Weihnachten der „Loewe Reference ID“ folgen. Dieses exklusive Gerät ist bis zum persönlichen Unikat konfigurierbar. Zudem wird der neue Produktbereich Loewe Audiodesign, der Anfang 2012 erfolgreich gestartet wurde, 2013 mit attraktiven neuen Produkten weiter ausgebaut. Loewe Audiodesign erschließt für die Premiummarke Loewe neue Zielgruppen bei Endkunden wie bei Handelspartnern.

Um die Wertschöpfungskette zu optimieren, wurden 2012 u. a. zwei Tochtergesellschaften in China gegründet. Damit erschließt Loewe zusätzliche Einkaufsmöglichkeiten und weitere Kostensenkungspotenziale. Das Unternehmen wird dadurch schneller und innovativer.

Im Vertrieb wird Loewe zusammen mit den bewährten Partnern im qualifizierten Fachhandel Marktanteile in Zentraleuropa zurückerobert. Im Rahmen einer Vertriebs-Offensive werden bereits im Januar 2013 Loewe Veranstaltungen bei über 150 Fachhandelspartnern stattfinden. Im internationalen Bereich wurden u. a. Partnerschaften mit Fachhandelskooperationen vereinbart und länderspezifische Vertriebskonzepte erarbeitet. Zudem entwickelt das Unternehmen über die angestammten Märkte in Westeuropa hinaus auch das internationale Geschäft, z. B. in Russland und Indien.

Vor allem baut Loewe die Premiummarke Loewe weiter aus und stärkt die zentralen Markenwerte „sinnvolle Innovation“, „minimalistische Form“ und „exklusive Individualität“. Neben höchst individualisierbaren Home Entertainment Systemen stellt Loewe immer mehr auch die herausragende, durch viele Vergleichstests belegte technologische Kompetenz des Sortiments in den Mittelpunkt der Kommunikation.

Wie bereits berichtet wird im Januar 2013 Matthias Harsch als Vorstandsvorsitzender den Vorstandsbereich Marketing und Vertrieb übernehmen. Seit 1. Dezember 2012 ist Rolf Rickmeyer im Vorstand für die Bereiche Finanzen und Restrukturierung tätig. Dr. Detlef Teichner ist wie bisher im Vorstand der Loewe AG verantwortlich für den Bereich Technik.

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