

## Loewe plant Kapitalmaßnahmen

- **Negative Marktentwicklung belastet gesamte Branche**
- **Verlust im ersten Quartal**
- **Kontern mit Produkt- und Marketingoffensive**

Kronach, 25.04.2013. – Auf vorläufiger Basis lag der Umsatz des Loewe Konzerns im ersten Quartal 2013 mit 43,5 Mio. Euro um 35 % unter dem Wert des Vorjahres von 66,6 Mio. Euro, der allerdings durch die Abschaltung des analogen Satelliten-TVs in Deutschland begünstigt war. Durch das niedrigere Umsatz- und Produktionsvolumen, Investitionen in neue Produkte und Marketing-Maßnahmen erzielte das Unternehmen im ersten Quartal 2013 ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -9,9 Mio. Euro (Vorjahr: -0,9 Mio. Euro).

„Wie in der gesamten Branche wurde auch das Geschäft von Loewe in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres von der negativen Marktentwicklung sehr belastet. Vor allem die für Loewe wichtigsten Handelspartner im qualifizierten Fachhandel mussten im ersten Quartal in Deutschland einen Umsatzrückgang von 37 % verkraften“, betont der Loewe Vorstandsvorsitzende Matthias Harsch. Zudem wirkt sich das schwierige gesamtwirtschaftliche Umfeld in ganz Europa auf das Kaufverhalten der Konsumenten negativ aus.

Um die Kapitalausstattung des Unternehmens wieder zu verbessern, hat Loewe aktuell einen Prozess für die Prüfung und Umsetzung verschiedener strategischer Optionen, einschließlich der Durchführung einer Kapitalerhöhung unter Einbeziehung bestehender Aktionäre und neuer Investoren, eingeleitet.

Parallel dazu investiert Loewe vor allem in neue Produkte. So wird in diesen Tagen als Weltneuheit das neue, drahtlose Audiosystem 3D Orchestra auf den Markt gebracht. 3D Orchestra erlaubt unabhängig von der Position der Lautsprecher an jedem Ort im Raum ein perfektes 3D-Klangerlebnis. Im Bereich Audiodesign präsentiert Loewe noch im Mai das portable Lautsprechersystem Loewe Speaker 2go, das die Verbindung mit mobilen Endgeräten ermöglicht. „Das System überzeugt mit einem hervorragenden Klang aus kleinstem Volumen. Es gibt einen ersten positiven Eindruck der Leistungsfähigkeit der beteiligten Loewe Teams in China und Deutschland“, betont Loewe Technikvorstand Dr. Detlef Teichner. Im Sommer wird Loewe zudem eine neue Fernsehgeräte-Familie für den Einstieg in das Premiumsegment in den Markt einführen.

Flankiert werden die geplanten Produktanläufe durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen wie eine reichweitenstarke TV-Kampagne, die ab Mitte Mai u. a. auf den Sendern ARD, RTL, ProSieben, Sat1 und Kabel eins zur besten Sendezeit geschaltet werden wird. Begleitend dazu läuft Online-Werbung auf den Internet-Seiten der großen Tageszeitungen. „Alle unsere Produkt- und Kommunikationsmaßnahmen sind auf Nachhaltigkeit und die Stärkung der Premiummarke Loewe ausgelegt, werden jedoch erst im zweiten Halbjahr ihre vollständige Wirkung entfalten“, so Matthias Harsch weiter.

Vor dem Hintergrund der Entwicklung im ersten Quartal 2013 und der aktuellen Marktschwäche rechnet der Vorstand der Loewe AG nunmehr für das laufende Geschäftsjahr 2013 mit einem Umsatzrückgang und einem negativen Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

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](mailto:presse@loewe.de)