

Vorläufige Schlüsselzahlen 2008: Loewe mit Rekordergebnis

- **EBIT-Verbesserung um 35 % auf rund 28,5 Mio. Euro**
- **EBIT-Marge steigt deutlich von 5,7 % auf 7,6 %**
- **Umsatz mit rund 374 Mio. Euro leicht über Vorjahr**
- **Umsätze mit großformatigen LCD-TVs um 24 % gesteigert**
- **Weiterhin konsequente Ergebnisorientierung**
- **Moderate Umsatzsteigerung für 2009 geplant**

Kronach, 27. Januar 2009 – Der Loewe Konzern konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 (01.01. – 31.12.2008) das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 35 % auf rund 28,5 Mio. Euro erneut kräftig steigern. Der Umsatz ist im Berichtszeitraum mit rund 374 Mio. Euro leicht über dem Niveau des Vorjahres. Damit hat Loewe die mit der Ad-hoc Mitteilung vom 20. Oktober 2008 auf 28 Mio. Euro angehobene Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2008 nochmals übertroffen. „Dank der konsequenten Umsetzung unserer Premium Strategie hat Loewe im abgelaufenen Geschäftsjahr das beste Ergebnis in der 86-jährigen Unternehmensgeschichte eingefahren. Damit hat Loewe mit seinen attraktiven und individuellen Heimkino-Lösungen seine Position als führende Premiummarke in der europäischen Unterhaltungselektronik weiter gefestigt“, betonte der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Frieder C. Löhner.

Das EBIT konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 um 7,4 Mio. Euro auf rund 28,5 Mio. Euro verbessert werden und liegt deutlich über dem Vorjahreswert von 21,1 Mio. Euro. Das entspricht einer EBIT-Marge von 7,6 %, nach 5,7 % im Vorjahreszeitraum. Der erneute Ergebnissprung ist im Wesentlichen auf die wertorientierte Vermarktung, das weiter verbesserte Produktmix sowie niedrigere, auch durch die US-Dollarschwäche günstigere Beschaffungskosten zurückzuführen. Finanzvorstand Oliver Seidl: „Loewe konnte sich auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 sehr erfolgreich dem allgemeinen Markttrend rückläufiger Preise weitestgehend entziehen. Damit ist Loewe eines der wenigen Unternehmen überhaupt, dem es bei den aktuellen makroökonomischen Rahmenbedingungen gelungen ist, seine sehr gute

Ertragslage nochmals deutlich zu verbessern.“ Aufgrund der sehr positiven Ergebnisentwicklung wird Loewe der Hauptversammlung am 26. Mai 2009 in München auch einen Vorschlag zur Dividendenzahlung unterbreiten.

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist im Berichtszeitraum von 372,5 Mio. Euro leicht auf rund 374 Mio. Euro gestiegen, obwohl im vergleichbaren Vorjahreszeitraum noch Umsätze mit Plasma-TVs in Höhe von 11,9 Mio. Euro enthalten waren. Neben dem anhaltenden Marktwachstum bei LCD-TVs in Europa konnte Loewe die positiven Nachfrageimpulse durch die Fußball-EM 2008 in Österreich und der Schweiz sehr gut nutzen. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz mit LCD-TVs um 5,1 % auf rund 323 Mio. Euro. Dabei haben sich die Umsätze mit großformatigen LCD-Geräten (≥ 37 Zoll) sogar um 24 % erhöht. „Zur nachhaltigen Durchsetzung der Loewe Premiumpositionierung und dem damit verbundenen Ausbau der Marge haben wir bisweilen bewusst auf Umsatzsteigerungen verzichtet. Dieser sehr erfolgreichen Strategie der wertorientierten Vermarktung bleiben wir auch im laufenden Geschäftsjahr 2009 treu“, so Löhner. Im Berichtszeitraum ist Loewe etwas stärker als der europäische Markt gewachsen und konnte im Jahresvergleich bei LCD-TV den wertmäßigen Marktanteil im europäischen Fachhandel von 4,2 % leicht auf 4,3 % steigern.

Auch für das laufende Geschäftsjahr verfolgt Loewe eine klare Strategie und wird durch eine kontinuierliche Aufwertung der Verkaufspunkte seine Position in den europäischen Kernmärkten ausbauen - insbesondere in Italien, Frankreich, Großbritannien, aber auch in Skandinavien, Osteuropa und Russland. Darüber hinaus schafft Loewe in Ballungszentren ausgewählter Wachstumsregionen - z.B. in Riad und Hongkong - über eine Metropolen-Strategie weitere Leuchttürme, die die Marke gegenüber dem Endkunden ideal präsentieren. Löhner: „Diesen Weg werden wir auch in den kommenden Jahren als sinnvolle Ergänzung zu den umfassenden Aktivitäten in den europäischen Kernmärkten weiter verfolgen. Hierbei werden wir den Auftritt der Marke konsequent einheitlich gestalten und die Erlebniskette an allen Punkten, an denen der Kunde mit Loewe in Berührung kommt, vervollständigen.“ Zudem wird Loewe im internationalen Hotelgeschäft seine

Chancen künftig noch stärker nutzen, um so zusätzliches Absatzpotenzial zu erschließen.

Die von der Finanzmarktkrise ausgehenden Turbulenzen haben die Realwirtschaft erreicht - das Risiko einer weltweiten Rezession hat sich in den letzten Monaten deutlich erhöht. Demzufolge haben sich auch die Konjunktur- und Frühindikatoren insbesondere für die Industrienationen in Europa erheblich verschlechtert. Dies kann dazu führen, dass der Kauf langlebiger Konsumgüter verschoben wird. Vor diesem Hintergrund sind konkrete Prognosen für Loewe über den Geschäftsverlauf 2009 zum jetzigen Zeitpunkt mit einer hohen Unsicherheit verbunden. Das Unternehmen wird deshalb in den kommenden Quartalen die konjunkturelle Entwicklung in Europa weiter genau beobachten und bei Veränderungen flexibel und proaktiv agieren.

Trotz der aktuell gedämpften wirtschaftlichen Fundamentaldaten erwartet Loewe, dass sich der europäische LCD-TV-Markt wegen des hohen Ersatzbedarfs, technologischen Innovationen sowie des gestiegenen Markenbewusstseins der Konsumenten auch im laufenden Geschäftsjahr weiter positiv entwickeln wird. Aus diesem Grund rechnet das Unternehmen 2009 mit einem leichten Umsatzwachstum. Als Premiummarke steht Loewe weiterhin für Ergebnisorientierung und eine überdurchschnittliche Marge. „Loewe ist mit seiner soliden Kapitalstruktur und den langfristig abgeschlossenen Finanzierungsvereinbarungen für die Zukunft sehr gut gerüstet“, ist Seidl überzeugt.

Kontakte:

Investor Relations

Axel Gentzsch

Fon: +49 9261 99-240

Fax: +49 9261 99-994

Mobil: +49 170 7667212

axel.gentzsch@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