

## 1. Quartal 2010:

# Loewe gut ins Geschäftsjahr 2010 gestartet – Umsatz und Ergebnis leicht über Vorjahr

- **Moderate Umsatzsteigerung von 72,8 Mio. Euro auf 73,4 Mio. Euro**
- **EBIT mit 0,8 Mio. Euro leicht über Vorjahr**
- **Umsatz in Deutschland um 3 % unter Vorjahr**
- **Export verzeichnet Umsatzwachstum von 7 %**
- **Geringere Bruttoergebnismarge durch gezielte Preisanpassungen**
- **Neue Produktfamilie Individual als wichtigste Markteinführung 2010**
- **Weiterhin konsequente Ergebnisorientierung mit Kostendisziplin**

Kronach, 05. Mai 2010 – „Unser Unternehmen ist gut ins Geschäftsjahr 2010 gestartet – Loewe liegt im Rahmen seiner Planungen sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis leicht über den entsprechenden Vorjahreswerten“, so fasste Frieder C. Löhner, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, das erste Quartal 2010 zusammen. Der Umsatz des Loewe Konzerns lag in den ersten drei Monaten 2010 mit 73,4 Mio. Euro erwartungsgemäß leicht über dem Wert des Vorjahres von 72,8 Mio. Euro. Bei einem moderaten Anstieg des Umsatz- und Produktionsvolumens erzielte der Loewe Konzern im ersten Quartal 2010 ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 0,8 Mio. Euro nach 0,7 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Wie erwartet ist der Umsatz des Loewe Konzerns im Berichtszeitraum von 72,8 Mio. Euro moderat um 1 % auf 73,4 Mio. Euro gestiegen. Dabei war die Geschäftsentwicklung in den verschiedenen Märkten uneinheitlich. Während in Deutschland der Umsatz im ersten Quartal 2010 mit 42,2 Mio. Euro um 3 % leicht unter dem Vorjahreswert lag, verzeichnete der Export ein Umsatzwachstum um 7 % auf 31,2 Mio. Euro. Loewe hat es aufgrund der konsequenten Positionierung im Premiumsegment und seines attraktiven und individuellen Produktportfolios über einen langen Zeitraum verstanden, die Verkaufspreise nahezu stabil zu halten, obwohl die durchschnittlichen Marktpreise in Europa weiter stark nach unten tendierten. „Um für das Unternehmen strategisch sinnvolle Preisprämien zu sichern und zusätzliche Kaufanreize für hochwertige Loewe Produkte zu schaffen, haben wir im ersten Quartal insbesondere im TV-Einstiegsbereich dieser Marktentwicklung Rechnung getragen. Dies war in unseren Planungen für das Geschäftsjahr 2010 auch so vorgesehen“, so Löhner weiter.

Weiterhin erfreulich entwickelt sich der Umsatzanteil der großformatigen LCD-TVs ab 37 Zoll am LCD-Gesamtumsatz von Loewe. So stieg deren Anteil von 58 % im Vorjahreszeitraum auf 63 % in den ersten drei Monaten 2010. Besonders positiv hat sich im Berichtszeitraum der Produktbereich Audio/DVD entwickelt. Durch die sehr erfolgreiche Markteinführung der neuen Audio-/Video-Anlage Mediacenter konnte Loewe die Erlöse im Vergleich zum Vorjahr auf 9,7 Mio. Euro nahezu verdoppeln. Löhner: „Mit der Einführung des Mediacenters sind wir unserem Ziel, Loewe zur bedeutendsten internationalen Premiummarke für Home Entertainment Systeme zu entwickeln, einen wichtigen Schritt näher gekommen.“

Bei einem moderaten Anstieg des Umsatz- und Produktionsvolumens erzielte Loewe im ersten Quartal 2010 ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 0,8 Mio. Euro nach 0,7 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Trotz der planmäßigen Preisanpassungen im TV-Einstiegsbereich und des etwas niedrigeren Umsatzvolumens in Deutschland konnte Loewe in den ersten drei Monaten 2010 eine Bruttoergebnismarge von 24,8 % erzielen. Sie liegt damit nur 1,6 Prozentpunkte unter dem hohen Vorjahresniveau von 26,4 %. „Zur Sicherung der Ertragslage haben insgesamt die wertorientierte Vermarktung und das weiterhin gute Produktmix beigetragen“, erläuterte Oliver Seidl, Finanzvorstand der Loewe AG. Der höhere Umsatzanteil der großformatigen LCD-TVs ab 37 Zoll am TV-Gesamtumsatz hat zudem das Ergebnis unterstützt.

Ganz aktuell bereitet das Unternehmen intensiv die wichtigste Markteinführung des Jahres vor. Dazu Löhner: „Pünktlich zur Fußball-WM in Südafrika wird unsere neue Produktlinie Individual mit neuester LED-Hintergrundbeleuchtung im Markt eingeführt. Loewe Individual bietet Individualität in einzigartiger Form.“ Ob Farben, Materialien, Aufstelllösungen oder technische Ausstattung - Loewe Individual eröffnet dem Kunden mehr als eine Million unterschiedlicher Alternativen, sein persönliches TV-System zu konfigurieren. Kein anderes Home Entertainment System gibt so viel Wahlfreiheit und lässt sich so konsequent an die Wohnsituation, den Geschmack und die Ansprüche jedes Einzelnen anpassen. Darüber hinaus wird im laufenden Jahr die Produktoffensive mit der Einführung von weiteren großformatigen, hochauflösenden LCD-TVs mit LED-Hinterleuchtung konsequent fortgeführt.

Für das laufende Geschäftsjahr 2010 rechnet Loewe mit einem moderaten Umsatzwachstum. Loewe ist mit seinen innovativen Home Entertainment Lösungen sehr gut positioniert und wird im Jahr 2010 in Deutschland das hohe Umsatzniveau wieder erreichen und in den anderen europäischen Kernmärkten profitable Umsatzzuwächse im zweistelligen Bereich realisieren. Loewe steht als Premiummarke weiterhin für eine

konsequente Ergebnisorientierung mit Kostendisziplin sowie wertorientierter Vermarktung und erwartet für das laufende Jahr ein EBIT auf Vorjahresniveau. Zudem ist das Unternehmen mit seiner sehr soliden Kapitalstruktur und den weitreichenden Finanzierungsvereinbarungen für die Zukunft bestens aufgestellt.

Kontakte:

**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](mailto: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](mailto:roland.raithel@loewe.de)

<http://www.loewe.de>