

Sehr geehrte Damen und Herren, werte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir haben in den ersten sechs Monaten nicht alles erreicht, was wir uns vorgenommen haben – insbesondere das Geschäft rund um die Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika ist hinter unseren Erwartungen zurückgeblieben. Obwohl wir beim Umsatz moderat zulegen konnten, musste der Loewe Konzern im ersten Halbjahr 2010 aufgrund von Preisanpassungen im TV-Einstiegsbereich sowie deutlich höheren Beschaffungskosten für LCD-Panels einen operativen Verlust in Höhe von –4,1 Mio. Euro hinnehmen. Darüber hinaus konnten wir unsere neue TV-Familie Individual aufgrund von Zuliefererproblemen erst während der Fußball-WM in unseren europäischen Kernmärkten einführen. Damit ist unsere bisherige Zielsetzung, im Geschäftsjahr 2010 ein EBIT auf Vorjahresniveau zu erreichen, leider nicht mehr realistisch. Um unser Unternehmen schnell wieder auf Erfolgskurs zu bringen, haben wir ein umfassendes Restrukturierungsprogramm auf den Weg gebracht. Bevor ich aber auf die konkreten Maßnahmen der Restrukturierung näher eingehe, möchte ich Sie zuerst über den bisherigen Geschäftsverlauf informieren.

Der Umsatz des Loewe Konzerns lag im zweiten Quartal 2010 mit 74,0 Mio. Euro um 4 % über dem Wert des Vorjahres von 71,0 Mio. Euro. In den ersten sechs Monaten 2010 ist der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr somit von 143,8 Mio. Euro um 3 % auf 147,4 Mio. Euro moderat gestiegen. Während in Deutschland der Umsatz im ersten Halbjahr mit 84,0 Mio. Euro auf dem Niveau des Vorjahres lag, verzeichnete der Export ein Umsatzwachstum um 5 % auf 63,4 Mio. Euro. Auch in den ersten sechs Monaten 2010 tendierten die durchschnittlichen Marktpreise für LCD-TVs in Europa weiter nach unten. Um zusätzliche Kaufanreize für hochwertige Loewe Produkte zu schaffen, haben wir insbesondere im TV-Einstiegsbereich dieser Marktentwicklung Rechnung getragen und Preisanpassungen vorgenommen.

Bei einem moderaten Anstieg des Umsatz- und Produktionsvolumens erzielte Loewe im zweiten Quartal 2010 ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von –4,9 Mio. Euro nach 0,7 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. In den ersten sechs Monaten 2010 beträgt damit das EBIT –4,1 Mio. Euro nach 1,4 Mio. Euro im Vorjahr. Aufgrund der Preisanpassungen im TV-Einstiegsbereich sowie höheren Beschaffungskosten – insbesondere bei den am Markt stark nachgefragten LCD-Panels – konnte Loewe in den ersten sechs Monaten 2010 eine Bruttoergebnismarge von 22,9 % erzielen. Damit liegt sie 4,8 Prozentpunkte unter dem hohen Vorjahreswert von 27,7 %.

Aus einer möglicherweise dauerhaften Euro-Schwäche ergeben sich künftig Risiken aus dem Einkaufsvolumen bei Flachdisplays, die zum größten Teil in US-Dollar berechnet werden. Eine Wertsteigerung des US-Dollars gegenüber dem Euro führt demnach zu höheren Beschaffungskosten. Bei Loewe wird mit kurssichernden Finanzinstrumenten ein definiertes Einkaufsvolumen für einen Zeitraum von rund 18 Monaten rollierend abgesichert. Allerdings ist aus heutiger Sicht nicht auszuschließen, dass sich die Euro-Schwäche künftig negativ auf die Bruttoergebnismarge auswirken wird.

Wie reagieren wir konkret auf diese veränderten Markt- und Rahmenbedingungen? Zum einen starten wir im zweiten Halbjahr 2010 mit der Einführung des Individual 32 und 55 sowie der neuen TV-Produktfamilien Connect LED und Art LED mit neuester Hintergrundbeleuchtung eine Produktoffensive. Darüber hinaus präsentiert Loewe auf der wichtigsten

Branchenmesse IFA 2010 3D-fähige Fernsehgeräte und den ersten Blu-ray Player für 3D-Fernsehen, die dann im ersten Quartal 2011 im Markt eingeführt werden. Auf Basis des neuen Standards HbbTV werden wir außerdem auf der IFA einfach bedienbare Lösungen für die Verbindung von Fernsehen und Internet zeigen.

Zum anderen stellen wir unser Unternehmen im Rahmen eines frühzeitig gestarteten Restrukturierungsprogramms für die Zukunft neu auf. Konkrete Projekte und Maßnahmen haben wir bereits auf den Weg gebracht. Mit einer Einkaufsoffensive werden kurzfristig Ergebnisverbesserungen durch Überprüfung der Einkaufskonditionen erzielt. Mittel- und langfristig wird Loewe durch die verstärkte Bündelung von Volumen auf Schlüssellieferanten, die systematische Nutzung von Plattformkonzepten sowie die verbesserte Ausnutzung von Potenzialen in asiatischen Beschaffungsmärkten die Materialkosten auf der Beschaffungsseite nachhaltig senken. Darüber hinaus findet zurzeit eine Restrukturierung der zentralen Unternehmensbereiche Entwicklung sowie Marketing und Vertrieb statt, um eine schnellere Verfügbarkeit der Produkte am Markt und eine effektivere Vermarktung sicherzustellen.

Loewe hat im Berichtszeitraum die Mehrheit an dem Multimedia-Unternehmen MacroSystem Digital Video AG übernommen. Für Loewe wird die MacroSystem Digital Video AG in Zukunft vor allem Auftragsentwicklungen im Softwarebereich übernehmen. Aber auch das eigene Geschäft wird nahtlos weitergeführt werden. Damit stärken wir unsere Kompetenz bei Multimedia-Software und werden zusätzlich die Produktion für MacroSystem übernehmen.

Für das laufende Geschäftsjahr 2010 rechnet Loewe weiterhin mit einem moderaten Umsatzwachstum. Trotz der zu erwartenden positiven Impulse durch die Internationale Funkausstellung in Berlin, der Einführung von neuen, innovativen Home Entertainment Lösungen und umfangreicher Maßnahmen zur Kostensenkung kann aus heutiger Sicht für das Gesamtjahr 2010 ein negatives EBIT nicht ausgeschlossen werden. Dies resultiert im Wesentlichen aus Risiken auf der Währungs- und Beschaffungsseite. Für das Geschäftsjahr 2011 erwartet Loewe ein leichtes Umsatzwachstum und eine positive Ergebnisentwicklung. Das Unternehmen ist mit seiner soliden Kapitalstruktur und den abgeschlossenen Finanzierungsvereinbarungen für die Zukunft gut aufgestellt.

Wir haben uns in den vergangenen Jahren in Europa eine starke Markenposition im Premiumsegment erarbeitet. Durch die erfolgreiche Markteinführung der TV-Linie Individual sowie der Produktoffensive im zweiten Halbjahr 2010 wird Loewe mehr denn je zum Systemanbieter für individuelle Home Entertainment Lösungen im vernetzten Haus. Neben dem weiterhin hohen Ersatzbedarf und dem zunehmenden Mehrfachbesitz bei LCD-TVs in Europa bieten neue Technologien wie 3D-Fernsehen, HbbTV sowie noch individuellere Bedienkonzepte für Loewe über das aktuelle Geschäftsjahr hinaus attraktive Wachstumschancen. Ich bin überzeugt, dass wir diese konkreten Chancen nutzen werden und wünsche mir sehr, dass Sie Loewe auf diesem Weg weiterhin begleiten.

Mit freundlichen Grüßen



Frieder C. Löhner

Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG