

Loewe-Quartalsergebnis mit Umsatzplus und geringeren Verlusten

Mit einem Prozent Mehrumsatz beendet Loewe das dritte Quartal 2011 (67,4 Mio. Euro). Das leicht erhöhte Umsatzniveau und Kosteneinsparungen im Rahmen des Zukunftsprogramms ‚Fast Forward‘ spiegeln sich in geringeren Verlusten wieder. In Quartal drei erzielte das Unternehmen ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von -3,9 Millionen (Vergleichsperiode 2010: 5 Mio. Euro)



3D-Anhänger Wim Wenders ist an der Marketing-Kampagne für Loewes Individual-3D-Serie beteiligt. (Foto: Loewe)

Obwohl der europäische Markt für LCD-TVs im dritten Quartal wertmäßig um neun Prozent zurückging, kletterte der Umsatz der Kronacher um vier Prozent auf 55,9 Millionen Euro. Während sich das Deutschlandgeschäft mit einem 13-prozentigen Umsatzwachstum positiv entwickelte, haben die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen das internationale Geschäft stark belastet. Insgesamt fallen die Konzernumsätze der ersten neun Monate geringer aus als 2010 (213,9 Mio), sodass ein positives EBIT im Gesamtjahr nicht realistisch ist.

Schwerpunkt des ‚Fast Forward‘-Programms ist die premiumgerechte Vermarktung von Loewe-Produkten im In- und Ausland, begleitet von einer breit angelegten Medienkampagne. Im Vordergrund steht dabei das Image als markante europäische Premiummarke. Nach dem erfolgreichen Auftritt auf der Funkausstellung in Berlin rechnet Loewe mit einem guten Saisongeschäft 2011.