

## Pressemitteilung

Datum: 07.05.2007

Seite: 1

Kontakt: Andreas Heim, +49 89 12445 – 205,  
andreas.heim@brandoffice.com

### **Loewe marktorientiertestes Unternehmen Deutschlands. Erfolgreiche Repositionierung durch Brandoffice. Kindervater seit 3 Jahren Markenimplementierer.**

Eine neue Studie der Universität Bremen und BBDO Consulting bei 254 börsennotierten Unternehmen weist den Brandoffice-Kunden Loewe als marktorientiertestes Unternehmen Deutschlands aus, noch vor Unternehmen wie BMW oder Henkel (absatzwirtschaft, Mai 2007). Im Ranking erzielt Loewe insgesamt 540 von 600 möglichen Punkten – und beweist damit besonders eindeutig, dass Marktorientierung auch die Performance an der Börse steigert.

Das Studienergebnis markiert einen weiteren Höhepunkt der Entwicklung Loewes aus einer schweren Krise zum „Turnarounder des Jahres“ (Impulse, 2006) innerhalb von nur 3 Jahren. Dabei hebt die Studie besonders „Loewe’s hervorragende Markenführung als Kristallisationspunkt von Marktorientierung“ (Studienleiter Klein-Bölting) hervor.

Die Repositionierung der Marke Loewe wird von Brandoffice, München, durchgeführt. Zu den zentralen Erfolgsfaktoren der Repositionierung gehören:

- Die zentrale Verantwortung des Markenprojekts durch den Vorstandsvorsitzenden Rainer Hecker und Marketing-Chef Henrik Rutenbeck verleiht dem Projekt intern oberste Priorität und stellt die Fokussierung aller Kompetenzen sichtbar unter das Dach der Marke.
- Die ungewöhnliche direkt implementierende Funktion des früheren Telekom-Markenchefs Jürgen Kindervater (heute Brandoffice) mit Berichtslinie an den Vorstand verankert externe Fachkompetenz und garantiert effiziente Projektstrukturen und -abläufe.
- Das Agenturnetz ist mit klarer Kompetenzverteilung effektiv organisiert: Die Markenagentur verantwortet Markenpositionierung, Markenstrategie, Design- und Kommunikationsstrategie sowie Konzeption und Implementierung von Markenwelten (Retail, Messe, Internet). Die Werbeagentur verantwortet die werbliche Konzeption und internationale Umsetzung der Kommunikationsstrategie.

Nach dem erfolgreichen Turnaround der Premiummarke Loewe rückt nun die Durchsetzung der erfolgreichen Premiumposition in Europa in den Mittelpunkt der Markenoffensive. Besondere Bedeutung hat dabei die systematische Aufwertung der Marke Loewe im europäischen Fachhandel.

Adresse  
Brandoffice GmbH i.G.  
Nymphenburgerstraße 86  
80636 München

Tel.: +49 89 12445 - 205  
Fax: +49 89 12445 - 114  
<http://www.brandoffice.com>

Datum: 07.05.2007

Seite: 2

### **Zu den Unternehmen:**

Loewe.

Der Kronacher Unterhaltungselektronikkonzern ist spezialisiert auf die Entwicklung individueller Home Entertainment Systeme. Loewe verfolgt die Strategie, durch Konzentration auf die eigene Premiummarke gegen die Regeln des einseitig mengen- und preisorientierten Flat-TV Markts eigene Marktsegmente im Hochpreisbereich zu schaffen. Während das Unternehmen in 2004 noch ein negatives Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe 25,7 Mio. Euro ausweisen musste, gelang 2006 mit einem positiven EBIT von 13,2 Millionen Euro eine deutliche Rückkehr in die Gewinnzone.

Brandoffice

Die Münchner Markenagentur um die Gesellschafter Jürgen Kindervater, Andreas Heim und Heiko Dertinger ist Spezialist für integrierte Markendienstleistungen. Neben strategischer Markenberatung zählen auch die Kreation und Implementierung von Marken zum Leistungsspektrum von Brandoffice. Dazu gehört unter anderem die Konzeption und Umsetzung ganzheitlicher Markenwelten auf Messen, Veranstaltungen und am Point of Sale.

### **Kontakte:**

Jürgen Kindervater

Mobil: +49-171-3644444

juergen.kindervater@brandoffice.com

Andreas Heim

Fon: +49-89-12445-205

Mobil: +49-175-6474737

andreas.heim@brandoffice.com