

Pressemitteilung

Datum: 14.08.2006

Seite: 1

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

Brandoffice entwickelt Loewe Markenauftritt auf der IFA 2006.

Motto: „Das haben Ihre Ohren noch nie gesehen“.

Die nächsten Schritte der Premium Markenstrategie.

Unter dem Motto „Das haben Ihre Ohren noch nie gesehen“ präsentiert Brandoffice den Markenauftritt von Loewe auf der IFA 2006. Dabei werden der Öffentlichkeit die nächsten Schritte Loewes auf dem Weg zur führenden individuellen Premium Marke vorgestellt. „Der IFA-Auftritt wird die Sonderstellung der Marke Loewe im Flat TV Markt beweisen. Während andere Hersteller sich eine Preisschlacht liefern, wird Loewe sein individuelles Premium Kompetenzprofil weiter aufwerten“ (Jürgen Kindervater).

Im Mittelpunkt des Messestands stehen die beiden großformatigen LCD-TV-Geräte Individual 40 Compose und Individual 46 Compose mit integriertem HDTV-Empfänger. Neben der Technik können nicht nur Farben, Oberflächen, Materialien und Aufstelllösungen, sondern erstmals auch das Lautsprechersystem individuell zusammengestellt werden.

Zur Präsentation der einzigartigen audiovisuellen Raumwirkung wird ein HD TV-Film ungewöhnliche Fragen wie zum Beispiel „Wie brillant klingt die Erde?“ mit spektakulärer Raumwirkung beantworten. Nach der IFA wird der Film im Loewe Fachhandel eingesetzt, wo er als Testbild auf Loewe Fernsehern das perfekte Zusammenspiel von Klang und Bild demonstrieren wird.

Einen zusätzlichen Höhepunkt hält der Messestand für Fachbesucher bereit. Ein von Brandoffice entwickelter prototypischer Loewe Shop der Zukunft zeigt, wie sich Loewe zukünftig von der Außenkennzeichnung über das Schaufenster bis hin zur Produktpräsentation und Kommunikation im Fachhandel noch markenadäquater präsentieren wird.

Zu den Unternehmen:

Loewe.

Der Kronacher Elektronikkonzern Loewe steckte noch bis vor kurzem in der Krise. Im Kampf um Marktanteile bei Flat TV's gab es gegen preiswertere Volumenanbieter scheinbar kein Mittel – es drohte der Ausverkauf einer weiteren deutschen Traditionsmarke. Doch anders als bei Grundig oder AEG kam es bei Loewe nicht so weit.

In dieser Woche verkündete Loewe für das erste Halbjahr 2006 nicht nur einen Umsatzanstieg um 31%, sondern mit einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 8,1 Mio. Euro insbesondere auch seine Rückkehr in die Gewinnzone. Inzwischen gilt Loewe als beispielhaft für die Konkurrenzfähigkeit eines deutschen Mittelständlers im internationalen Wettbewerb. Einer der Hauptgründe für das Comeback: Eine konsequente Premium Markenstrategie.

Adresse
Brandoffice GmbH i.G.
Nymphenburgerstraße 86
80636 München

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

Datum: 14.08.2005

Seite: 2

Brandoffice

Die Münchner Markenagentur um die Gesellschafter Jürgen Kindervater, Andreas Heim und Heiko Dertinger ist Spezialist für integrierte Markendienstleistungen. Neben strategischer Markenpositionierung 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.

Wir würden uns freuen, Ihnen den Loewe Markenauftritt auf der IFA persönlich vorstellen zu dürfen!

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