

Aslan Khabliev, Investor und CEO von Loewe Technology

# „Zeitlose Handwerkskunst mit ausgefeilter Technologie“

Vor genau fünf Jahren nahm die neu gegründete Loewe Technology GmbH die Produktion am alten Stammsitz in Kronach wieder auf und gab damit das Signal zum Neustart der deutschen Traditionsmarke. Seitdem ist es den Verantwortlichen gelungen, das Produktportfolio komplett neu aufzustellen, die Beziehungen zum Fachhandel neu zu beleben und mit der Loewe aura.pure in das neue Produktsegment Kaffee einzusteigen. PoS-MAIL hat mit dem Investor und CEO von Loewe Technology, Aslan Khabliev, darüber gesprochen, wo das Unternehmen steht und wie es weitergehen soll.

**PoS-MAIL:** Herr Khabliev, nach der Übernahme von Loewe wurde vor ziemlich genau fünf Jahren die Fertigung in Kronach wieder hochgefahren. Seitdem haben Sie viele neue

*Produkte auf den Markt gebracht und auch wichtige strategische Weichen gestellt. Wie glücklich sind Sie aus heutiger Sicht mit Ihrer Investition?*

**Aslan Khabliev:** Rückblickend hätte sicher einiges schneller oder besser umgesetzt werden können. Leider mussten wir die sehr schwierige Zeit der Pandemie meistern, das konnte niemand zum Zeitpunkt unserer Übernahme vorhersehen. Wir haben aber mit vereinten Kräften sofort nach dem Einstieg die Geschäftstätigkeiten wieder aufgenommen. In den ersten 30 Monaten haben wir die Marke Loewe neu aufgestellt und in dieser Zeit über 20 neue Produkte im Markt eingeführt. Diesen Weg haben wir zielstrebig fortgeführt. Insgesamt bin ich mit den Ergebnissen sehr zufrieden.

**PoS-MAIL:** Welche Maßnahmen haben sich in den letzten Jahren als besonders erfolgreich erwiesen? Welche Produkte werden von den Konsumenten und vom Fachhandel besonders gut angenommen?

**Aslan Khabliev:** Loewe Produkte sind Ergebnis-Garanten für den Fachhandel. Mit den qualitativ hochwertigen TV- und Audio-Lösungen und jetzt auch der Siebträgermaschi-



Aslan Khabliev: „Loewe Produkte sind Ergebnis-Garanten für den Fachhandel.“

ne bieten wir ein ausgezeichnetes Angebot, mit dem der Handel erfolgreich sein kann. Aktuell erfreut sich unsere neue TV-Serie stellar großer Beliebtheit. Das einzigartige Design gepaart mit herausragender Technik, wie zum Beispiel die Produktion unserer eigenen OLED-Display-Module, hat viele Alleinstellungsmerkmale. Zudem haben die Geräte bereits in mehreren Tests ihre Spitzenklasse unter Beweis gestellt.

**PoS-MAIL:** Ende April 2024 haben Sie auf einem Presse-Event Ihre Absicht erklärt, Loewe von einer Consumer Electronics Marke zu einer „Luxury Lifestyle Company“ zu machen. Als erster Schritt in dieser Strategie wurde



Die derzeit sehr erfolgreiche TV-Serie *stellar* ist ein prägnantes Beispiel für das Loewe-Konzept „Engineered & Made in Germany“.

*damals mit der Loewe aura.pure der Einstieg in das neue Produktsegment Kaffee bekanntgegeben. Sind Sie mit dem Start zufrieden?*

**Aslan Khabliev:** Wir haben von unseren Handelspartnern durchweg positive Rückmeldungen zu unserer Strategie erhalten, das Portfolio neben TV- und Audio-Produkten mit hervorragenden Produkten für das Home-Umfeld zu erweitern. Die Espresso-Siebträger-Maschine wurde sehr gut aufgenommen und hat ihr Potenzial auch bereits in Produkttests eindrucksvoll bestätigt.

**PoS-MAIL:** *Seit dem vergangenen Jahr haben Sie mit Kylian Mbappé einen neuen Gesellschafter. Welche Bedeutung hat der Einstieg dieses weltbekannten Sportlers für Ihr Unternehmen? Wird Kylian Mbappé auch anderen Produkten als den Lautsprechern zu mehr Bekanntheit verhelfen?*

**Aslan Khabliev:** In unseren ersten Gesprächen mit Kylian Mbappé haben wir die Möglichkeit einer Zu-

sammenarbeit diskutiert. Das erste Ergebnis der langfristig und strategisch angelegten Partnerschaft war die Veröffentlichung Ende 2023, dass Kylian Mbappé als exklusiver Markenbotschafter für Loewe auftritt. Sein Einstieg als Investor war für beide Seiten der logische nächste Schritt. Auf dieser Basis verfolgen wir mit Kylian Mbappé die Beschleunigung der globalen Wachstumsstrategie von Loewe, insbesondere in Regionen wie Nordamerika und Asien. Die Partnerschaft setzt zudem neue Impulse bei der Produktinnovation, wobei der Schwerpunkt auf leistungsstarken, interaktiven Home-Entertainment-Erlebnissen liegt, die für einen modernen Lifestyle konzipiert sind.

**PoS-MAIL:** *Wie weit sind Sie bisher mit Ihrer Strategie gekommen, die internationale Präsenz der Marke Loewe deutlich zu erweitern? Welche Länder werden 2025 dazu kommen?*

**Aslan Khabliev:** Im vergangenen Jahr haben wir unsere Präsenz auf

wichtige internationale Märkten wie Thailand, Singapur und Israel ausgeweitet. Aktuell arbeiten wir mit Hochdruck am Markteintritt in den USA und Middle East.

**PoS-MAIL:** *Können Sie uns schon verraten, welche neuen Produkte in diesem Jahr für Loewe besonders wichtig sein werden? Wollen Sie nach der Einführung der Loewe aura.pure weitere neue Marktsegmente adressieren?*

**Aslan Khabliev:** Für die Loewe stellar TV-Serie entwickeln wir aktuell ein weiteres Modell mit einer neuen Bildgröße. Zudem wird es neue Designvarianten geben. Auf der Audioseite stellen wir ein leistungsfähiges Heimkino-Set unter der Marke We.by Loewe vor. Für unser Home Portfolio wird es im Laufe des Jahres auch einen extravaganten Kaffeevollautomaten geben. Zudem haben wir weitere Produkt-Innovationen in der Planung und Entwicklung, die aber erst im Laufe des Jahres spruchreif sein werden, hier

muss ich noch um Geduld bitten. Wichtig ist mir aber, zu unterstreichen, dass wir den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen und weiterhin mit einzigartigen Produkten Aufmerksamkeit generieren werden.

**PoS-MAIL:** Für viele überraschend ist Loewe auf der IFA 2024 nicht aufgetreten. Welche Gründe hatte diese Entscheidung? Wird sich in diesem Jahr etwas ändern?

**Aslan Khabliev:** Die Entscheidung hinsichtlich der IFA-Teilnahme war durch andere Marketing-Aktivitäten bedingt, die wir als sehr wichtig erachtet haben. Für 2025 sind wir aktuell in der Planung. Hier kann und möchte ich den Ergebnissen nicht vorgreifen.

**PoS-MAIL:** Eine Frage zum Schluss: Vor gut fünf Jahren sind Sie bei Loewe eingestiegen. Welche Ziele wollen Sie für diese große Marke in den nächsten fünf Jahren erreichen? Welche Bedeutung hat das Versprechen „Made in Germany“ dabei?

**Aslan Khabliev:** Wir werden weiterhin in die Marke Loewe und das Unternehmen investieren – allein am Standort Kronach mehrere Millionen Euro.

Für die Produktfelder der Unterhaltungselektronik entwickeln wir bereits die nächsten Generationen, und „Made in Germany“ hat für uns eine große Bedeutung. Loewe ist stolz auf das Prädikat „Engineered & Made in Germany“, dies ist ein wichtiger

Bestandteil unserer Firmen-DNA. Unsere globale Präsenz bauen wir in den nächsten Jahren konsequent aus und werden weiterhin am Puls der technischen Entwicklung sein. Dabei verbreitern wir unser Produktangebot in weitere Segmente. Das Portfolio von Loewe steht seit jeher und weiterhin für zeitlose Handwerkskunst gepaart mit ausgefeilter Technologie, die jeden Raum im Haus aufwertet.

Die Premium-Produkte von Loewe vereinen Funktionalität mit Design und handwerklicher Exzellenz und bereichern so den Alltag der qualitätsbewussten Kunden.

**PoS-MAIL:** Vielen Dank für das Gespräch, Herr Khabliev.