

Erste Loewe Legacy Days in Kronach

Eine Frage des Vertrauens

Mit den ersten Loewe Legacy Days feierte am 21. und 22. Oktober in Kronach ein neues Veranstaltungsformat Premiere, das in Zukunft jährlich im Zuhause des deutschen Unternehmens stattfinden soll. Zahlreiche Handelspartner, Kunden und Medienvertreter waren der Einladung gefolgt, um sich vor Ort über wichtige Neuheiten wie den neuen, individualisierbaren Fernseher Loewe antares (siehe PoS-MAIL 9/2026, S. 15), den Kaffeevollautomaten aura.matic, den neuen tragbaren Premium-Lautsprecher Loewe neo und die Strategie zum Ausbau der Traditionsmarke zum weltweit begehrten Luxuslabel zu informieren. Dazu sollen neben hochklassigen Produkten auch bekannte Markenbotschafter wie David Guetta, Kylian Mbappé, Alexander Zverev und ganz neu Esther Abrami beitragen. Und dem Fachhandel kommt eine entscheidende Schlüsselrolle zu.



Die weltbekannte Violinistin, Komponistin, Webvideoproduzentin und Klassik-Influencerin Esther Abrami ist neue Markenbotschafterin für Cabasse und Loewe.

„Wir sind stolz darauf, dass weltbekannte Stars als Botschafter eines kleinen Unternehmens aus Kronach auftreten“, sagte Aslan Khabliev, CEO von Loewe Technology zu den Loewe Handelspartnern. „Sie tun das nicht um des Geldes willen. Sie tun es deshalb, weil sie der Marke, ihren innovativen Produkten und dem Team vertrauen, das dahinter steht. Und wir sind stolz darauf, dass Sie, unsere Handelspartner, das ebenfalls tun, denn Sie sind als direkte Kontakte zu den Endkunden unsere wichtigsten Markenbotschafter. Ich lade Sie herzlich ein, noch mehr

Menschen – und auch Ihren Kolleginnen und Kollegen – das Vertrauen in die Marke Loewe zu vermitteln, das uns heute hier in Kronach zusammengeführt hat.“

In diesem Zusammenhang hatte Christian Alber, COO von Loewe Technology, eine aktuelle Neuigkeit für die Handelspartner: Mit Wirkung vom 1. November sind alle Loewe Aktivitäten im Online Business auf Marktplätzen und Refurbished-Plattformen Vergangenheit. Lediglich der eigene Webshop auf Loewe.tv bleibe als Gesicht zu den Endkunden erhalten, sei aber so konzipiert, dass er

keine direkte Konkurrenz für die Handelspartner darstelle, betonte Alber.

Esther Abrami für Loewe und Cabasse

Ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur führenden Referenz für Luxus-Elektronik ist die Übernahme des französischen HiFi-Spezialisten Cabasse, mit der sich Loewe nicht nur eine weltweit anerkannte Marke in diesem Segment gesichert hat, sondern auch die technologische Kompetenz für Audio-System der Spitzenklasse. Dabei soll Cabasse weiterhin mit eigener Forschung, Entwicklung und Produktion in Brest zu Hause sein und auch seine Markenidentität bewahren. Folgerichtig wird die weltbekannte Violinistin, Komponistin, Webvideoproduzentin und Klassik-Influencerin Esther Abrami als neue Markenbotschafterin für Cabasse und Loewe auftreten. Die international gefeierte Violinistin und Komponistin versteht es, traditionelle Musikkunst durch mitreißende Live-Auftritte, eigene Kompositionen und inspirierendes digitales Storytelling mit einem modernen Publikum zu verbinden. An der Seite von Kylian Mbappé, der zugleich Markenbotschafter und Investor ist, David Guetta und Alexander Zverev sei Abrami eine starke weibliche Stimme in der kreativen Gemeinschaft der Marke, erklärte Giorgia Pivetti, CMO von Loewe Technology und Cabasse.

Als Markenbotschafterin wird Esther Abrami im Zeitraum 2026/2027 das Gesicht einer umfassenden 360-Grad-Kommunikation von Loewe



Aslan Khabliev, CEO von Loewe Technology: „Wir wollen das Loewe Legacy Forum zu einer jährlichen Veranstaltung machen – jeden Oktober hier in Kronach, wo unsere Wurzeln sind und wo die Menschen, die Handwerkskunst und das Ingenieurwissen zu Hause sind, die unserer Marke ihren Charakter verleihen.“

sein, die von klassischer Werbung und digitalen Inhalten über Social Media und PR bis zu Events und Marken-Storytelling reicht. Dabei wird sie Produktaktivierungen für Loewe und Cabasse als Botschafterin der gemeinsamen Werte beider Häuser begleiten: herausragende Handwerkskunst, Innovation, erstklassiges Design und musikalische Exzellenz.

In den Kampagnen mit Esther Abrami stehen wichtige Neuheiten beider Marken im Mittelpunkt: der luxuriöse Loewe Kaffeevollautomat aura.matic ebenso wie die neue

Alizé-Kollektion passiver Lautsprecher von Cabasse. Dabei geht es um das Zusammenspiel von Musik, Klang, Technologie und modernem Lebensgefühl.

„Wir sehen derzeit eine klare Lücke im Markt“, betonte Aslan Khabliev. „Produkte, die sich nahtlos in ein modernes Wohnambiente einfügen, bieten selten echten audiophilen Klang. Umgekehrt richtet sich hochspezialisiertes HiFi-Equipment meist nur an ein Nischenpublikum. Gemeinsam schließen wir diese Lücke und schaffen Produkte, die das Beste aus beiden Welten vereinen: das elegante Design und die mühelose Bedienbarkeit, die man im Alltag schätzt, kombiniert mit der kompromisslosen Klangtreue, für die Cabasse weltweit bekannt ist. Esther Abrami ist die perfekte Botschafterin für diese Vision.“

Ikonischer Kaffeevollautomat

Nachdem Loewe mit der Siebträger-Maschine auro.pure ins Kaffee-Segment gestartet ist, folgt nun mit dem Vollautomaten aura.matic ein Statement, das in Technik und Design seinesgleichen sucht. Die Positionierung in der Luxusklasse sieht man



Das Design eines Kaffeevollautomaten neu interpretiert: Der Loewe aura.matic ist bereits äußerlich unverwechselbar. Wenn das Gerät nicht in Gebrauch ist, kann es mit einer Glastür manuell geschlossen werden.

dem Gerät schon auf den ersten Blick an: Das 360°-Design mit klaren Linien kombiniert ein Aluminiumgehäuse, eine Glastür und einen Echtholzrahmen zu einem ikonischen Blickfang, der auch in luxuriösen Wohn- oder Küchenumgebungen die Blicke auf sich zieht, ohne sich aufzudrängen. Die Glastür, die manuell geöffnet und geschlossen wird, gibt den Blick auf den Kaffeevollautomaten frei, wenn dieser in Gebrauch ist und verbirgt ihn im geschlossenen Zustand.

Wie bei einem Preis von 5.000 Euro (UVP) zu erwarten, lassen die Ausstattung und die Technik nichts zu wünschen übrig. In zwei Vorratsbehältern mit jeweils eigenen Kegelmahlwerken aus Edelstahl lassen

sich verschiedene Kaffeesorten bereithalten, ein Dual-Thermoblock-System temperiert Kaffee und Milch mit hoher Präzision, während 18 vorinstallierte Kaffeespezialitäten (Hot-Brew und Cold-Brew) in sechs Nutzerprofilen individuell an die persönlichen Vorlieben angepasst werden können. Die professionelle 20-Gramm-Brüheinheit ermöglicht die maximale Extraktion der Aromen und lässt sich zur Reinigung und Wartung leicht entnehmen.

Bedient wird der Loewe aura.matic über das eingebaute, sieben Zoll große Touch-Display oder mit einer eigenen App, in der man Einstellungen vornehmen und die Zubereitung von Getränken aus der Ferne auslösen kann. Ein Sensor prüft dabei

automatisch, ob die Tasse richtig unter dem Auslauf steht.

„Kaffee ist weit mehr als ein Alltagsgetränk“, erklärte Aslan Khabliev. „Er ist ein vertrautes Ritual, das uns persönlich am Herzen liegt. Unser Ziel war es, dieses Ritual in einen Moment puren Genusses zu verwandeln. Dank des Zwei-Bohnen-Systems kann man mühelos zwischen verschiedenen Sorten wechseln oder eine eigene Signature-Mischung kreieren, während smarte Funktionen für perfekten Komfort sorgen. Diese Hingabe spiegelt sich auch im Design wider. Der Loewe aura.matic ist eine elegante Bereicherung für jede Küche, bei der jedes Detail nur dem Zweck dient, exzellenten Barista-Kaffee ganz bequem zu Hause zu genießen.“

Neuer Premium-Lautsprecher neo

Loewe hat den kompakten, tragbaren Premium-Lautsprecher neo angekündigt, der mit exzellenter Akustik, edlen Materialien, intuitiver Bedienung und atmosphärischem Licht anspruchsvolle Kunden ansprechen soll. Die Komponente ist wasser- und staubgeschützt, bietet eine Leistung von 50 Watt und erzeugt mit zwei passiven Bassradiatoren eindrucksvollen Sound. Mit Licht, das der Umgebung angepasst werden kann, kann der Lautsprecher zudem wahlweise in sanften, warmen Tönen oder in lebendigen Farben leuchten.

Zum Loewe neo gehört eine App, in der drei Klang-Presets, persönliche Bass- und Höheneinstellungen sowie das gewünschte Licht gewählt werden können. „Mit dem Loewe neo definieren wir tragbaren Sound neu – elegant, vielseitig und kompromisslos im Klang“, erklärte Aslan Khabliev, CEO von Loewe Technology. „Seit Jahrzehnten steht Loewe für Design, Innovation und Qualität. Der neo bringt genau dieses Versprechen auf den Punkt: Er verbindet exzellente Akustik mit smarter Lichtstimmung und echtem Premium-Design. Für uns ist er nicht nur ein neuer Lautsprecher, sondern ein weiterer Schritt in Richtung der Zukunft unserer Marke.“

Mit seinem unverwechselbaren Aluminiumgehäuse und austauschbaren Lautsprecherabdeckungen passt der neo gut in stilvolle Wohnräume, wo er deutlich macht, dass beeindruckende Akustik kein Wandschrank-Format braucht. Denn Loewe hat in dem kompakten Lautsprecher die Klangphilosophie seiner großen Heimkinosysteme umgesetzt. Zudem lässt sich das nach IP67 wasser- und staubgeschützte Produkt auch sehr gut außen einsetzen; für den komfortablen Transport gehören ein abnehmbarer Lederriemen und hochwertiges Filz-Hardcase zum Lieferumfang.

Der Loewe neo wird in den Farben alu silber und alu schwarz zum Preis von 400 Euro (UVP) erhältlich sein und kann ab dem 20. November 2026 vorbestellt werden. In limitierter Auflage wird auch eine Variante im Farbton neo champagne angeboten.



Mit seinem unverwechselbaren Aluminiumgehäuse (hier in Silber) passt der neo gut in stilvolle Wohnräume.