

## **Pressemitteilung**

In der Wochenendpresse war zum Teil sehr ausführlich über die SwissLEM AG zu lesen. Dabei ging es vor allem um die CHF 30 Mio., die das auf Schweizer Nebenwerte fokussierte Kollektivanlagegefäss CommCept Trust AG Ende 2000 in den Leichtelektromobilhersteller SwissLEM AG investiert hatte. Die Vorstellungen über die künftige Ausrichtung der auf die Herstellung von dreirädrigen Elektrofahrzeugen spezialisierten SwissLEM AG gehen so weit auseinander, dass einzelne Exponenten sogar die Liquidation der Gesellschaft fordern.

In der Presse wurde unter anderem darüber spekuliert, dass die finanziellen Mittel schnell schwinden und "nicht mehr weit" reichen. Dazu ist festzuhalten, dass die Mittel vor allem für Investitionen in den Kauf und Umbau eines Produktionsgebäudes in Hochdorf und für die Entwicklung eines neuen Fahrzeuges verwendet wurden. Dass für dessen Serienfertigung zusätzlich neue Mittel im Umfang von CHF 15 Mio. benötigt werden, ist unbestritten und seit längerem bekannt.

### ***Braucht es eine Bewertungskorrektur?***

Die Bewertung einer unabhängigen Revisionsgesellschaft hat einen Unternehmenswert bis zu CHF 89 Mio. ergeben. Somit kann von Bewertungskorrekturen, die CommCept Trust auf ihrer 56%-Beteiligung an SwissLEM AG vornehmen müsste, keine Rede sein: Der zum Investitionszeitpunkt im November 2000 zugrunde gelegte Unternehmenswert betrug knapp CHF 54 Mio.

### ***Darlehen an die CommCept AG***

Ein weiterer Kritikpunkt betraf ein Darlehen von CHF 1 Mio., das SwissLEM AG der CommCept AG gegen die Abtretung einer Forderung gewährte. Dieser abgesicherte und zu 5% verzinste Kredit ist inzwischen bereits wieder zurückbezahlt worden.

### ***Marktbearbeitung erfordert Mittel***

Für die Bearbeitung des Marktes wurde im Monat Mai 2001 in der Stadt Zürich eine Promotionsaktion durchgeführt. Einen Monat lang frequentierten 16 TWIKE die wichtigsten Hauptverkehrsadern der Stadt und eine grossangelegte Plakatkampagne wies zusätzlich auf das auffällige Elektromobil hin. Die Resonanz auf die Kampagne war äusserst positiv: Bei der SwissLEM AG gehen pro Tag nicht etwa, wie berichtet, zwei bis drei Anrufe ein, sondern ein Vielfaches davon. Ein unmittelbarer Effekt dieser Aktion sind zahlreiche Offerten, die gemacht wurden und von denen nicht wenige in einen Kaufvertrag mündeten. Dass die Bearbeitung eines im Aufbau begriffenen Marktes nicht billig ist, weiss auch Dr. Jürg Leupp, CEO von SwissLEM AG: "Um ernten zu können muss man zuerst säen." Er ist deshalb überzeugt, dass es keinen Sinn macht, zuerst die Produktion zu steigern, und erst danach Käufer für ein Produkt zu finden. Bei der Aktion in Zürich handelte es sich um eine reine Imagekampagne, die auch dazu dienen soll, den Markt für das künftige Fahrzeug, das demnächst lanciert werden soll, aufzubauen.

Bei allfälligen Fragen wenden Sie sich bitte an:

Cécile Heusser-Bachmann, Pressesprecherin SwissLEM AG

Tel: 041 914 14 34

oder an

Dr. Jürg Leupp, CEO SwissLEM AG

Tel: 041 914 14 00

Hochdorf, den 19. Juni 2001

SwissLEM AG, Huwilstrasse 7, CH-6280 Hochdorf

Fon +41 41 914 14 00, Fax +41 41 914 14 14, [info@swisslem.com](mailto:info@swisslem.com)