

LOEWE.

Loewe AG

Industriestraße 11 D-96317 Kronach
Postfach 15 54 D-96305 Kronach

Telefon Zentrale: +49 (0) 92 61/99-0
Public Relations: +49 (0) 92 61/99-217
Investor Relations: +49 (0) 92 61/99-771
Telefax: +49 (0) 99 61/99-994
e-mail: loewe@loewe.de
Internet: www.loewe.de

Börsenkürzel: LOE
Wertpapier-Kenn-Nr.: 649410
ISIN Code: DE 0006494107

Börsenhandel mit amtlicher Notierung unter
gleichzeitiger Teilnahme im SMAX

Indizes:

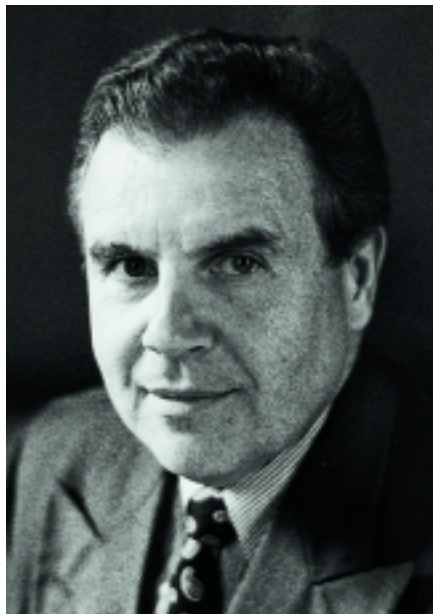
- SDAX
- SMAX
- CDAX Gesamt
- CDAX Technology

Dynamisches Wachstum bei Umsatz und Ertrag

- EBIT steigt um 21 % auf 30 Mio. DM
- Dynamisches Exportwachstum um 37 %
- Gesamtumsatz wächst um 15 % auf 481 Mio. DM
- Weitere Produktinnovationen noch in 2000

Sehr geehrte Damen und Herren,
 der Loewe Konzern hat in den Monaten Januar bis September 2000 seine Wachstumsdynamik bei Ergebnis und Umsatz gegenüber dem Vorjahr weiter gesteigert. Die insgesamt um 15 % auf 481,2 Mio. DM angestiegenen Umsatzerlöse führten zu einem um 21 % auf 30 Mio. DM verbesserten EBIT. Die weitgehend normalisierte Liefersituation bei Bauelementen und der damit einhergehende Abbau der Auftragsrückstände sowie das im 3. Quartal nochmals beschleunigte Auslandswachstum prägten die positive Umsatzentwicklung. Das Ergebnis pro Aktie von DM 2,50 für die ersten drei Quartale 2000 ist gegenüber dem bereinigten Vorjahreswert um 76 % angestiegen.

Für die erfolgreiche Etablierung als Designmarke erhielt Loewe im 3. Quartal 2000 eine herausragende Bestätigung. Der Bundespreis Produktdesign 2000/2001 – als höchste deutsche Designauszeichnung für den superflachen Plasma TV Spheros –



wurde von Bundeswirtschaftsminister Dr. Werner Müller an den Loewe Vorstand übergeben. Herausragende Gestaltungsqualität, hoher Gebrauchswert und intelligente Gesamtkonzeption waren die Kriterien der Jury für die Entscheidung.

Aber auch auf anderen Gebieten hat sich Loewe erfreulich weiterentwickelt. So wurde gemeinsam mit dem Zweiten Deutschen Fernsehen eine Internetkennung (URL) vorgestellt, die ab Ende 2000 die direkte Verbindung von TV und Internet auf allen Loewe Multimedia Fernsehern ermöglicht. Diese Fernseher erkennen automatisch die zur laufenden Sendung zusätzlich eingeblendete Internetseite. Mit nur einem

Knopfdruck auf die Fernbedienung ist der Loewe Fernseher in der Lage, diese Seite aufzurufen. Auf Wunsch wird die Internetseite parallel zum laufenden Programm dargestellt, das als Bild-im-Bild auf dem Bildschirm weiter zu sehen sein wird.

Ebenso wichtig ist jedoch auch die Akzeptanz von Loewe bei den Fachhandelpartnern. Bei einer Umfrage des Branchendienstes markt intern wurde Loewe im September zur Top-Marke 2000 des Fachhandels im Segment Farbfernseher gekürt. Produktqualität, Preis-/Leistungsverhältnis, die Innovationskraft sowie eine starke Markenpositionierung waren hier die entscheidenden Kriterien.

Insgesamt sind wir optimistisch auch die verbleibenden drei Monate des laufenden Geschäftsjahres mit der bereits angekündigten deutlichen Steigerung von Umsatz und Ergebnis für das Gesamtjahr abzuschließen.

Darüber hinaus gehen wir davon aus, noch im laufenden Geschäftsjahr die strategische Weiterentwicklung unseres Online Services (Loewe Channel) zu einer Einstiegsseite auf allen Loewe Fernsehern vorstellen zu können. Damit wird die bedienerfreundliche Nutzung der vielfältigen Medienangebote bis hin zum e-commerce über das Fernsehgerät möglich.

Die schnelle Entwicklung der medialen und digitalen Zukunftsmärkte stellt an Loewe hohe Anforderungen. Hochmotivierte Mitarbeiter, eine qualitätsorientierte Fertigung am Standort Kronach, die starke Marke Loewe und unsere Innovationsführerschaft in vielen Bereichen sichern uns hier den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie als Aktionäre und Kunden den erfolgreichen Weg des Loewe Konzerns und der Loewe Aktie im Jahr 2000 weiterhin mit Interesse und Engagement begleiten.

Kronach, im November 2000

Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands

Im Überblick: Der Loewe Konzern*

in Mio. DM	3. Quartal 2000	3. Quartal 1999	Veränderung	1.-3. Quartal 2000	1.-3. Quartal 1999	Veränderung
Umsatzerlöse	174,8	141,1	+24 %	481,2	416,9	+15 %
Inland	102,8	96,6	+6 %	277,0	267,7	+3 %
Ausland	72,0	44,5	+62 %	204,2	149,2	+37 %
EBIT	10,0	8,0	+25 %	30,0	24,8	+21 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	9,9	6,9	+43 %	29,8	20,4	+46 %
EBIT Marge	5,7 %	5,7 %	~	6,2 %	6,0 %	~
Konzernjahresüberschuss	5,9	3,4	+74 %	17,7	5,6	+216 %
Gewinn pro Aktie in DM**	0,83	0,49	+69 %	2,50	1,42***	+76 %
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	+3,0	+12,3	~	+53,7	+30,9	~
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.144	1.106	+3 %	1.099	1.089	+1 %

* Der Zwischenabschluss zum 30. September 2000 und der Jahresabschluss zum 31. Dezember 1999 entsprechen den IAS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

** Bezogen auf die Anzahl der Aktien nach Börsengang von 7.075.000 Stück.

*** In 1999 nach Bereinigung um die außerordentlichen Aufwendungen einschließlich der darauf entfallenden Steuern vom Einkommen und Ertrag (vornehmlich Kosten des Börsengangs).

Umsatz wächst um 15 % auf 481 Mio. DM

Im 3. Quartal hat die Umsatzentwicklung weiter an Dynamik gewonnen. Nach 11 % im 1. Halbjahr wuchs der Umsatz im 3. Quartal um 24 %. Aufgrund der zwischenzeitlich weitgehend normalisierten Liefersituation bei Bauelementen konnten die Auftragsrückstände zum Ende des 2. Quartals bei Fernsehgeräten weitgehend abgebaut werden. Dagegen führten Lieferengpässe und Verzögerungen in der Softwareentwicklung bei schnurlosen Telefonen zu zeitlichen Verzögerungen, so dass auch im 3. Quartal Umsatzpotentiale in diesem Bereich nicht ausgeschöpft werden konnten. In den ersten drei Quartalen 2000 ergab sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres insgesamt ein Umsatzwachstum von 15 % auf 481,2 Mio. DM, welches vornehmlich im Geschäftsbereich Multimedia und im Export realisiert wurde.

Das Auslandswachstum hat sich im 3. Quartal nochmals beschleunigt. Der Exportumsatz im 3. Quartal lag um 62 % über dem Vorjahr und stieg in den ersten drei Quartalen um 37 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres auf 204,2 Mio. DM an. Insbesondere die Länder Italien, Benelux, UK und Spanien trugen zu diesem Erfolg bei. Dadurch erhöhte sich der Auslandsanteil am Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 6 Prozentpunkte auf 42 %.

Der Inlandsumsatz stieg im 3. Quartal um 6 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres und wuchs damit in den ersten drei Quartalen um 3 % auf 277,0 Mio. DM.

Weiterhin überproportionales Ergebniswachstum

Trotz deutlich höherer Materialpreise wuchs das Ergebnis vor Zinsen und Steuern im 3. Quartal um 25 %. Dies ist auf den besseren Produktmix und vereinzelte Preiserhöhungen auf der Verkaufsseite zurückzuführen. Für die ersten drei Quartale ergibt sich insgesamt eine Steigerung um 21 % auf 30 Mio. DM. Die EBIT-Marge stieg entsprechend um 0,2 Prozentpunkte auf 6,2 %.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erhöhte sich im gleichen Zeitraum um 46 % auf 29,8 Mio. DM. Neben dem verbesserten EBIT wirkte sich das Nettozinsergebnis positiv aus. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) von gleichfalls 29,8 Mio. DM vervielfachte sich gegenüber dem Vorjahr, das durch außerordentliche Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Börsengang gekennzeichnet war. Die EBT-Marge von 6,2 % lag dadurch um 3,5 Prozentpunkte über der des Vorjahres.

Das Ergebnis pro Aktie von DM 2,50 in den ersten drei Quartalen 2000 ist gegenüber dem um die außerordentlichen Aufwendungen und die darauf entfallenden Steuern bereinigten Vorjahreswert um 76 % gestiegen.

Geschäftsverlauf in den ersten drei Quartalen 2000

1. Umsatzerlöse deutlich gesteigert

in Mio. DM	3. Quartal 2000	3. Quartal 1999	Veränderung	1.-3. Quartal 2000	1.-3. Quartal 1999	Veränderung
Unterhaltungselektronik						
Fernsehen	118,0	105,1	+12 %	319,9	311,1	+3 %
Videorecorder, DVD, Hi-Fi, Zubehör	22,9	19,4	+18 %	67,8	61,3	+11 %
Unterhaltungselektronik gesamt	140,9	124,5	+13 %	387,7	372,4	+4 %
Multimedia	22,3	2,5	+792 %	62,2	5,7	+991 %
Telekommunikation	11,6	14,1	-18 %	31,3	38,8	-19 %
Umsatzerlöse gesamt	174,8	141,1	+24 %	481,2	416,9	+15 %

Wachstum im Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik bei verbesserter Materialversorgung

Produktbereich Fernsehen

Aufgrund der verbesserten Materialversorgung konnten die zum Ende des 2. Quartals noch bestehenden Auftragsrückstände weitestgehend abgebaut werden. Hierdurch erhöhte sich der Umsatz im 3. Quartal um 12 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der Umsatz in den ersten drei Quartalen 2000 von 319,9 Mio. DM lag trotz der Lieferengpässe im 1. Halbjahr und der geplanten Substitutionseffekte zugunsten des Geschäftsbereichs Multimedia um 3 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der europäische Fernsehgerätemarkt erreichte in den Monaten Februar bis Juli ein wertmäßiges Wachstum von 8 %¹, das erheblich über dem Wachstum des Vorjah-

¹ Gesamtmarkt Europa unter Einschluss von multimediafähigen Fernsehgeräten (Quelle: GfK)

res lag. Dabei gingen positive Impulse von der konjunkturellen Belebung in den wesentlichen Auslandsmärkten und von der Fußball-Europameisterschaft aus. Während der deutsche Markt unterproportional wuchs, erzielten insbesondere die Märkte in Großbritannien, den Niederlanden, Schweiz und Schweden überproportionale Zuwächse.

In dem deutlich wachsenden europäischen Markt hat Loewe den Marktanteil auf 6,5 %² ausgebaut (Vorjahr 6,3 %). Der Inlandsmarktanteil im Zeitraum Februar bis September erhöhte sich auf 13,5 %³. Darüber hinaus wurden in den wichtigsten europäischen Auslandsmärkten Italien, Spanien und Frankreich ebenso wie in Belgien und den Niederlanden weitere Marktanteilsgewinne realisiert. Beispielsweise konnte der wertmäßige Marktanteil in Spanien von 4,4 % auf 5,6 % ausgeweitet werden². Ursache hierfür war vor allen Dingen das Wachstum in den Segmenten 100 Hz Fernseher und in den großen Bildschirmklassen 27" bis 29".

² Wertmäßiger Marktanteil im europäischen Facheinzelhandel von Februar bis Juli 2000 bzw. 1999, unter Einschluss von multimediafähigen Fernsehgeräten (Quelle: GfK)

³ Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel von Februar bis September 2000 bzw. 1999, unter Einschluss von multimediafähigen Fernsehgeräten (Quelle: GfK)

Produktbereich Videorecorder, DVD-Player, Hi-Fi, Zubehör

Der Umsatz mit Videorecordern, DVD-Playern, Hi-Fi-Anlagen sowie Zubehör erhöhte sich im 3. Quartal um 18 % und in den ersten drei Quartalen um 11 % auf 67,8 Mio. DM. Der Umsatzzuwachs ist vornehmlich durch die Einführung von DVD-Playern (Digital Versatile Disc) im europäischen Markt sowie durch Zubehör realisiert worden. Auch im Produktbereich Hi-Fi konnte ein deutlicher Umsatzanstieg erzielt werden. Die erwarteten Rückgänge im Produktbereich Videorecorder konnten hierdurch deutlich überkompensiert werden.

Multimedia-Umsatz um ein Vielfaches gesteigert

Die mit dem Loewe MediaPlus Chassis ausgestatteten multimediefähigen Fernseher setzten auch im 3. Quartal ihr dynamisches Wachstum fort. Der Umsatz in den ersten drei Quartalen konnte um 56,5 Mio. DM auf 62,2 Mio. DM gesteigert werden und betrug damit mehr als das Zehnfache des Umsatzes im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die Ausweitung der bestehenden Produktpalette sowie die Unterstützung durch zusätzliche Marketing- und Werbeaktionen haben hierzu einen wesentlichen Beitrag geleistet. Das Produktprogramm umfasst mit den Gerätefamilien Planus, Ergo, Credo, Xelos, Aconda, Arcada und Vitros inzwischen beide Bildschirmformate 4 : 3 und 16 : 9 und die Bildschirmgrößen von 28" an.

Geschäftsbereich Telekommunikation weiterhin durch Lieferengpässe beeinträchtigt

Die Aufgabe margenschwacher Telekommunikationsprodukte und Lieferengpässe beim Anlauf der neuen Produktfamilien AlphaTel 4000 und 5000 bewirkten im 3. Quartal 2000 einen Umsatzrückgang von 18 %. Diese neuen High End Produktfamilien wurden vom Markt hervorragend angenommen. Durch die bestehenden Lieferengpässe erhöhte sich der Auftragsrückstand bei diesen Produkten auf 6 Mio. DM. Es wird erwartet, dass die Aufträge zum großen Teil noch in diesem Jahr ausgeliefert werden.

Infolgedessen lag in den ersten drei Quartalen 2000 der Umsatz von 31,3 Mio. DM um 19 % unter dem im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dennoch konnten die Marktanteile in den wesentlichen Segmenten gesteigert werden, und zwar bei den schnurlosen DECT-Telefonen um 1,3 Prozentpunkte auf 7,0 %⁴ und bei den Anrufbeantwortern um 2,5 Prozentpunkte auf 42,4 %⁴.

⁴ Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel von Februar bis Juli 2000 bzw. 1999, (Quelle: GfK)

2. Überproportionale Ergebnissteigerung

EBIT in Mio. DM	3. Quartal 2000	3. Quartal 1999	Verände- rung	1.-3. Quartal 2000	1.-3. Quartal 1999	Verände- rung
Unterhaltungselektronik	9,4	9,0	+ 6%	29,3	27,1	+ 8 %
Multimedia	0,9	-0,8	~	2,1	-1,3	~
Telekommunikation	-0,3	-0,2	-33 %	-1,4	-1,0	-40 %
EBIT gesamt	10,0	8,0	+25 %	30,0	24,8	+21 %

Im Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik wurde das EBIT im 3. Quartal um 6 % auf 9,4 Mio. DM gesteigert. Der verbesserte Produktmix und einzelne Preisanhebungen konnten die höheren Material-, Distributions-, Werbe- und Marketingkosten mehr als ausgleichen. In den ersten drei Quartalen wurde eine deutliche überproportionale Steigerung des EBIT um 8 % auf 29,3 Mio. DM erzielt.

Mit der Vervielfachung des Umsatzes im Geschäftsbereich Multimedia wurde auch im 3. Quartal wiederum ein positives Ergebnis erreicht. Trotz der zusätzlichen Kosten für Marketing- und Werbeaktivitäten verbesserte sich das EBIT in den ersten drei Quartalen 2000 von -1,3 Mio. DM um 3,4 Mio. DM auf 2,1 Mio. DM.

Im Geschäftsbereich Telekommunikation betrug im 3. Quartal 2000 das EBIT -0,3 Mio. DM nach -0,2 Mio. DM im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Aufgrund der Lieferengpässe bei den neuen Produktfamilien Alphatel 4000 und 5000 und des höher als erwarteten US-Dollarkurses konnte bisher kein ausgeglichenes Ergebnis realisiert werden. Dadurch erhöhte sich das negative EBIT dieses Geschäftsbereiches in den ersten drei Quartalen auf 1,4 Mio. DM und liegt somit um 0,4 Mio. DM über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Auf der Ebene der Loewe Gruppe wurden in den ersten drei Quartalen die zum Teil stark gestiegenen Einkaufspreise für Produktionsmaterial und Handelswaren aller Geschäftsbereiche durch den besseren Produktmix und einzelne Preisanhebungen auf der Verkaufsseite mehr als kompensiert. Dadurch reduzierten sich die Herstellungskosten in Relation zum Umsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres von 74,2 % auf 73,4 %.

Die Vertriebskosten von 83,0 Mio. DM erhöhten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,3 Prozentpunkte auf 17,2 %. Die deutlich gestiegenen Marketing- und Werbeausgaben sowie personelle Aufstockungen der Vertriebs- und Marketingorganisation wurden gezielt vorgenommen, um die Marke Loewe weiter zu stärken und die High End Positionierung auszubauen. Eine relative Dämpfung des Kostenanstiegs in diesem Bereich resultiert aus dem dynamischen Exportwachstum, da hier deutlich niedrigere Vertriebskosten anfallen.

Die Verwaltungskosten stiegen um 0,4 % auf 3,3 % vom Umsatz. In dem Anstieg wirken sich im Wesentlichen die personelle Verstärkung des Bereiches Business Development sowie damit im Zusammenhang stehende Projekt- und Beratungskosten aus.

Der Zinsaufwandssaldo von 0,2 Mio. DM hat sich gegenüber dem Saldo des Vergleichszeitraums des Vorjahres um 4,2 Mio. DM verbessert. Dies ist auf den mit dem Börsengang verbundenen Liquiditätszufluss und die zwischenzeitlich erzielten Ergebnisse zurückzuführen.

3. Hohe Investitionen durch neue Endeinbaulinie und Ausbau der Automatischen Bestückung

in Mio. DM	3. Quartal 2000		1.-3. Quartal 2000	
	Investitionen	Abschreibungen	Investitionen	Abschreibungen
Immaterielle Vermögensgegenstände				
Software und ähnliche Vermögensgegenstände	0,9	0,3	1,5	1,0
Entwicklungskosten	2,2	2,2	6,6	6,4
Sachanlagen	7,9	5,4	23,7	16,4
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,3	0,0
Investitionen/Abschreibungen gesamt	11,0	7,9	32,1	23,8

Wie im letzten Jahr angekündigt, soll der Mittelzufluss aus dem Börsengang zum Teil zur Kapazitätserweiterung und Effizienzsteigerung im Fertigungsbereich eingesetzt werden. Auch die Investitionen im 3. Quartal 2000 spiegeln dies wider. Sie lagen mit 11,0 Mio. DM um 3,1 Mio. DM über denen des Vergleichszeitraums des Vorjahres. Die größte Investition der ersten drei Quartale war die Fertigstellung der neuen Endeinbaulinie für Fernseh- und Multimediageräte mit einem Gesamtvolumen von rund 7 Mio. DM. Mit der Investition wurde die Kapazität im Bereich des Endeinbaus auf 500.000 Geräte pro Jahr gesteigert. Das geplante Wachstum in diesem Bereich ist somit für die nächsten Jahre kapazitätsmäßig abgedeckt. Zugleich konnte eine deutliche Effizienzverbesserung in der Fertigung erreicht werden. Die im 3. Quartal realisierte Erhöhung der Stückzahlen um 200 Geräte pro Tag bedeutet einen Rationalisierungseffekt von 6,5 % der Lohnkosten dieses Fertigungsbereiches.

Weiterhin wurden Investitionen getätigt, um die Kapazitäten in der Automatischen Bestückung aufzustocken. Ein zusätzlicher Schwerpunkt der Investitionstätigkeit waren Werkzeuge für neue Produkte, deren Markteinführung für das Jahr 2001 geplant ist.

Die Investitionen in Software und ähnliche Vermögensgegenstände betreffen im Wesentlichen den Ausbau von Internet- und internen Netzwerkanwendungen. Die Finanzanlagen beinhalten Darlehen an Loewe Galerien und eine Beteiligung an der VCB Virtueller Campus Bayern GmbH, Hof/Bayern.

Die Abschreibungen in den ersten drei Quartalen erhöhten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 2,5 Mio. DM auf 23,8 Mio. DM und liegen somit deutlich unter dem korrespondierenden Investitionsvolumen von 32,1 Mio. DM.

4. Niedrigeres Working Capital trotz Geschäftsausweitung

in Mio. DM	30. September 2000	30. September 1999
Anlagevermögen	113,8	101,5
Working Capital (Nettoumlaufvermögen)	75,2	83,6
Eigenkapital	130,1	107,6
Anteile im Fremdbesitz	0,8	0,6
Netto-Schulden (inkl. Pensionsverpflichtungen)	58,1	76,9

Die Erhöhung des Anlagevermögens gegenüber dem Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus den Investitionen für den Ausbau der Fertigungskapazitäten.

Trotz der Ausweitung des Geschäftsvolumens liegt das Working Capital von 75,2 Mio. DM um 8,4 Mio. DM unter dem Vorjahresstand. Da ein wesentlicher Teil der Umsatzsteigerung im 3. Quartal bereits zu Beginn des Quartals realisiert wurde und die korrespondierenden Forderungen zum Quartalsende bereits ausgeglichen waren, erhöhten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von

133,9 Mio. DM nur unterproportional zum Umsatzwachstum. Die Vorräte sind in ähnlichem Umfang gestiegen wie das Geschäftsvolumen. Allerdings wurden aufgrund der Engpässe am Beschaffungsmarkt Sicherheitsbestände bei Fabrikvorräten aufgebaut, um eine weitestgehend störungsfreie Produktion zu ermöglichen. Gleichzeitig liegen die Fertigwarenbestände unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. Als Folge einer größeren Konzentration der Einkäufe auf den Monat September stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen überproportional an und bewirkten insgesamt eine Reduzierung des Working Capitals gegenüber dem Vorjahresstand.

Das Eigenkapital erhöhte sich gegenüber dem Vorjahresstand durch den zwischenzeitlich erzielten Jahresüberschuss. Die Eigenkapitalquote stieg entsprechend auf 35 %.

Der Rückgang der Netto-Schulden resultiert aus der Tilgung langfristiger Bankkredite und sonstiger Darlehen.

5. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit weit über Vorjahresniveau

in Mio. DM	1.-3. Quartal 2000	1.-3. Quartal 1999
Cashflow aus		
laufender Geschäftstätigkeit	+53,7	+30,9
Investitionstätigkeit	-31,8	-20,7
Finanzierungstätigkeit	-7,4	+20,2
Veränderung des Finanzmittelbestandes	+14,5	+30,4

Gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ist der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in den ersten drei Quartalen um 22,8 Mio. DM auf 53,7 Mio. DM gestiegen. Dabei standen der Verbesserung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in etwa gleicher Höhe Steuerzahlungen gegenüber. Das Vorjahr war noch durch steuerliche Verlustvorträge aus früheren Jahren begünstigt. Der Anstieg des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit ist deshalb im Wesentlichen damit begründet, dass das Nettoumlaufvermögen in den ersten drei Quartalen um 9,8 Mio. DM zurückgeführt wurde. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte sich dagegen ein Anstieg um beinahe denselben Betrag ergeben. Die Reduzierung in diesem Jahr hatte seine Ursache vornehmlich im Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, welche im 3. Quartal nur unterproportional zur Geschäftsausweitung gestiegen waren. Der Aufbau der Vorräte entspricht dem gewachsenen Geschäftsvolumen. Dieser Anstieg wurde jedoch durch höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen kompensiert, da insbesondere im Monat September ein deutlich größeres Einkaufsvolumen zu verzeichnen war.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 31,8 Mio. DM liegt um 11,1 Mio. DM über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres und ist auf das höhere Investitionsvolumen zurückzuführen.

Unter Berücksichtigung des negativen Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 7,4 Mio. DM aus der Tilgung von Krediten ergibt sich eine positive Veränderung des Finanzmittelbestandes um 14,5 Mio. DM. In der Veränderung des Finanzmittelbestandes des Vorjahres von 30,4 Mio. DM war der Zufluss der Mittel aus dem Börsengang enthalten.

Entwicklungsaktivitäten mit Schwerpunkt Multimedia

Im Juli wurde in Hannover ein Softwarezentrum für die Entwicklung von Multimedia- und Internetsoftware eingerichtet und sukzessive zu einem Kompetenzzentrum für digitales Fernsehen und Internet ausgebaut. Für die Auswahl des Standortes war die Nähe zu den technischen Fachbereichen der Hochschulen Hannover, Braunschweig und Hildesheim entscheidend. Die Universität Braunschweig ist beispielsweise führend im Bereich digitales Fernsehen auf Basis des europäischen Standards DVB, die Hochschule in Hannover auf dem Gebiet der Bildkompression. Dieser zweite Standort ermöglicht es, die Entwicklungskapazitäten schneller auszubauen. Aber auch der Entwicklungsbereich am Standort Kronach wurde und wird weiter ausgebaut. Seit Beginn des Jahres wurden hier zusätzlich 10 Entwicklungsingenieure eingestellt.

Zusammen mit dem ZDF entwickelt Loewe eine sogenannte Internet(URL)-Kennung, welche die direkte Verbindung von Fernsehprogramm und Internet herstellt. Mit Knopfdruck auf die Fernbedienung erscheint – ohne eine Internet-Adresse eingeben zu müssen – genau die gewünschte Seite zur Sendung. Das ZDF strahlt mit dem Programm eine entsprechende Kennung aus, die Loewe Multimedia-Fernseher empfangen und zuordnen. Dieser weitere wichtige Meilenstein auf dem Weg zur einfacheren Nutzung von Multimedia wird nach der Standardisierung auch anderen Programmanbietern und Geräteherstellern offen stehen (wahrscheinlich 1. Quartal 2001).

Die Entwicklungsarbeiten im 3. Quartal konzentrierten sich darüber hinaus auf die Fortentwicklung der multimediafähigen Elektronik MediaPlus, die Vernetzung vieler elektronischer Geräte im Haushalt mit dem zur Kommunikationszentrale weiterentwickelten Fernsehgerät. Zusammen mit Partnern arbeitet Loewe an Entwicklungsprojekten wie SIPROS, in dem eine komplett neue Hard- und Software-Plattform für multimediale Fernsehgeräte entwickelt wird. Die Projekte HARYS und EMBASSI stellen die Bedienbarkeit der Geräte auf eine völlig neue Grundlage. Das Projekt INHOMENET wird es ermöglichen, das Fernsehgerät in vielfältiger Weise

sowohl innerhalb des Hauses als auch nach draußen an die modernen Kabelnetze und an die Mobilnetze anzubinden. Das neue Loewe Multimedia-Kit wird die Nutzungsmöglichkeiten des Bildschirms erweitern.

Hervorragende Testergebnisse für Loewe Produkte gab es im 3. Quartal 2000 beispielsweise für den Fernseher Xelos 5381 ZW. Die Zeitschrift Video hat das Gerät mit „sehr gut“ bewertet und ihm das Prädikat „Kauftipp“ gegeben. Das Multimediagerät Aconda 8784 ZP wurde Testsieger beim Vergleichstest „Oberklasse 100 Hz TVs im 4 : 3-Format“ der Zeitschrift Video, Ausgabe 9/2000.

Marketing und Vertrieb forcieren Multimedia und die Höherpositionierung der Marke

Im August erhielt Loewe die höchste deutsche Designauszeichnung für den superflachen Plasma-TV ‚Spheros‘. Bundeswirtschaftsminister Dr. Werner Müller überreichte in Frankfurt am Main den Bundespreis Produktdesign 2000/2001 an Loewe und das Designbüro Phoenix Product Design. Gewürdigt wurde das gesamte Produkt; neben der Form auch die innovative Technik, Ausstattung und Bedienführung.

Im 3. Quartal präsentierte Loewe erstmals den neuen Multimedia-Fernseher Vitros. Seine Multimedia-Elektronik Loewe MediaPlus eröffnet neben analogen und digitalen Fernsehprogrammen das weltumspannende Internet. Außerdem kann das Gerät – auf Wunsch auch nachträglich – mit einem Dolby-Digital-Modul ausgerüstet werden. Die vollkommen flache Real-Flat-Bildröhre und das attraktive, zweifarbige Gehäuse sollen in erster Linie jüngere, technisch interessierte Kunden ansprechen.

Bei der Markteinführung des Vitros wurde das Vermarktungskonzept individuell auf den jeweiligen Fachhändler zugeschnitten. Mit einem sogenannten Onlinepaket kann der Händler über seine Internet Site das Produkt bewerben oder gezielt durch eine Mailing Aktion alle seine Kunden ansprechen.

Beim Loewe Kundenmagazin ‚Touch‘ hat sich bei einer Gesamtauflage von knapp 50.000 Exemplaren die personalisierte Auflage auf über 20.000 erhöht.

Aus dem Loewe Multimedia-Fernseher Aconda wurde im 3. Quartal eine ganze Produktfamilie. Zum Aconda in 32"-Bildschirmgröße kommt jetzt der Aconda mit 29" und 4 : 3-Format. Auch dieses Gerät ist mit der multimediafähigen Elektronik Loewe MediaPlus ausgestattet.

Im September wurde die vollkommen neu gestaltete Loewe Galerie in Stuttgart wieder eröffnet. Neben den Galerien in Hamburg, München und Paris ist das Stuttgarter Fachgeschäft das Flaggschiff im Loewe Markenauftritt beim Fachhandel.

Mit dem ZDF wurde eine weitgehende Partnerschaft für die Internationale Funkausstellung 2001 vereinbart. Auf einem großen, gemeinsamen Messestand werden sich Loewe und ZDF zusammen dem Messepublikum präsentieren.

Eine hohe Auszeichnung gab es im September von den Loewe Fachhandelpartnern. In einer Umfrage des Branchendienstes ‚markt intern‘ wählten sie Loewe zur Topmarke 2000 des Fachhandels im Segment Farbfernseher. Gleichzeitig haben sie das Fernsehgerät Loewe Planus 4672 ZP zum beliebtesten Modell bestimmt. Dieses Gerät empfahlen die Fachhändler ihren Kunden besonders gerne. Beurteilt wurden in der Umfrage vor allem die beste Produktqualität, das Preis-/Leistungsverhältnis und die Innovationskraft.

Deutlich unterproportionaler Anstieg des Personals

18

Als Folge der Ausweitung der Produktion im 3. Quartal und der Verstärkung von Entwicklung, Marketing und Business Development erhöhte sich der Personalbestand im 3. Quartal um 3 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres auf 1.144 Mitarbeiter.

Bei einer Steigerung des Geschäftsvolumens um 15 % in den ersten drei Quartalen stieg die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter deutlich unterproportional nur um 10 Personen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dabei kompensierten die in den ersten drei Quartalen realisierten Produktivitätssteigerungen in der Fertigung die im 3. Quartal vorgenommenen Verstärkungen in den Bereichen Entwicklung und Marketing.

Mit der Einstellung von 30 neuen Auszubildenden sind nunmehr 104 Auszubildende bei Loewe beschäftigt. Die tarifliche Altersteilzeit wird ab 1. Oktober 2000 eingeführt.

Im Rahmen des Mitarbeiter-Beteiligungsprogrammes haben die Mitarbeiter innerhalb der steuerlich definierten Grenzen insgesamt 6.600 Aktien erworben. Die hohe Beteiligungsquote von über 60 % ist Ausdruck der Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

Ausblick

Mit der Firma Sharp wurde eine grundsätzliche Vereinbarung zur Zusammenarbeit auf dem Gebiet von LCD Fernsehern getroffen. Diese langfristige Technologiekooperation mit Sharp bezieht sich auf das High End Segment. Die Zusammenarbeit profitiert aus der Kombination von Sharps Display Technologie und dem Know How von Loewe am europäischen Markt auf den Gebieten Bedienungsführung am Bildschirm, Multistandard Tuner sowie europäisches Videotext System. Die betref-

19

fenden Komponenten sollen am Standort von Loewe in Kronach für beide Partner hergestellt werden.

Als Ergebnis der Kooperation mit Sharp wird Ende des Jahres der erste 15" LCD Fernseher in der neuen TFT LCD (Thin Film Transistor - Liquid Crystal Display) Technologie in den Markt eingeführt werden. Das Gerät hat anstelle einer Bildröhre ein flaches Display in der neuen optimal auf Fernsehanforderungen eingestellten LCD Technologie. Damit vergrößert Loewe seine Flat Screen Produktpalette um ein weiteres innovatives Produkt.

Bereits im November wird der High End Plasma TV ‚Spheros‘ durch Einbau des MediaPlus Chassis auch für den Empfang von Internet und digitalem Fernsehen ausgerüstet sein. Loewe unterstreicht hiermit seine führende Position im Bereich der multimediafähigen Fernseher im absoluten Spitzensegment.

Im Rahmen unserer Halbjahresberichterstattung haben wir für das Geschäftsjahr 2000 unsere Planung erhöht und eine deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis angekündigt.

Der erwartete Umsatz im aktuellen Geschäftsjahr wird um rund 12 % auf über 680 Mio. DM wachsen. Gleichzeitig werden wir das EBIT überproportional auf rund 39 Mio. DM anheben können und hierdurch ein Ergebnis pro Aktie von über 1,5 Euro erzielen. Dies entspricht einer Steigerung von über 30 % gegenüber Vorjahr.

Ausgehend von dem sehr erfolgreichen 3. Quartal bekräftigen wir diese Einschätzung.

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 30. September 2000*

in Mio. DM	3. Quartal 2000		3. Quartal 1999		1.-3. Quartal 2000		1.-3. Quartal 1999	
Umsatzerlöse	174,8	100,0%	141,1	100,0%	481,2	100,0%	416,9	100,0%
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-129,9	-74,3%	-104,5	-74,1%	-353,1	-73,4%	-309,4	-74,2%
Bruttoergebnis vom Umsatz	44,9	25,7%	36,6	25,9%	128,1	26,6%	107,5	25,8%
Vertriebskosten	-29,0	-16,6%	-25,1	-17,8%	-83,0	-17,2%	-70,4	-16,9%
Allgemeine Verwaltungskosten	-6,1	-3,5%	-3,9	-2,7%	-15,9	-3,3%	-12,2	-2,9%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-0,1	-0,1%	0,1	0,1%	0,2	0,0%	0,3	0,1%
Erträge aus Beteiligungen	0,3	0,2%	0,3	0,2%	0,6	0,1%	-0,4	-0,1%
EBIT	10,0	5,7%	8,0	5,7%	30,0	6,2%	24,8	6,0%
Zinsergebnis	-0,1	0,0%	-1,1	-0,8%	-0,2	0,0%	-4,4	-1,1%
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	9,9	5,7%	6,9	4,9%	29,8	6,2%	20,4	4,9%
Außerordentliche Aufwendungen	0,0	0,0%	-0,1	-0,1%	0,0	0,0%	-9,3	-2,2%
Ergebnis vor Steuern (EBT)	9,9	5,7%	6,8	4,8%	29,8	6,2%	11,1	2,7%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-3,9	-2,3%	-3,4	-2,4%	-11,9	-2,5%	-5,7	-1,4%
Jahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter	6,0	3,4%	3,4	2,4%	17,9	3,7%	5,4	1,3%
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	-0,1	0,0%	0,0	0,0%	-0,2	0,0%	0,2	0,0%
Konzernjahresüberschuss	5,9	3,4%	3,4	2,4%	17,7	3,7%	5,6	1,3%

*) nach IAS

Bilanz zum 30. September 2000*

AKTIVA (in Mio. DM)	30. September 2000	31. Dezember 1999
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	17,1	16,2
Sachanlagen	96,1	88,9
Finanzanlagen	0,6	0,4
	113,8	105,5
Umlaufvermögen		
Vorräte	79,6	63,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	133,9	145,8
Andere kurzfristige Forderungen	6,1	11,6
Latente Steuerforderungen	5,1	3,5
Liquide Mittel	32,3	17,8
	257,0	241,9
Summe AKTIVA	370,8	347,4
PASSIVA (in Mio. DM)		
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	13,8	13,8
Kapitalrücklage	85,3	85,3
Gewinnvortrag	13,3	2,9
Jahresüberschuss	17,7	10,4
	130,1	112,4
Anteile in Fremdbesitz	0,8	0,6
Rückstellungen		
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	52,6	50,5
Steuerrückstellungen	10,0	11,8
Sonstige Rückstellungen	70,1	73,9
	132,7	136,2
Verbindlichkeiten		
Langfristige Schulden	11,1	13,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	66,9	48,6
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	29,2	36,4
	107,2	98,2
Summe PASSIVA	370,8	347,4

*) nach IAS

Kapitalflussrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 30. September 2000*

(in Mio. DM)	1.-3. Quartal 2000	1.-3. Quartal 1999
Laufende Geschäftstätigkeit		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	29,8	20,4
Abschreibungen auf Anlagevermögen	23,8	21,3
Gewinne aus dem Abgang von Anlagevermögen	-0,3	-0,1
Zunahme der Pensionsrückstellungen	2,1	0,5
Außerordentliche Aufwendungen (ohne Börsengang)	0,0	-0,8
Ertragsteuerzahlungen	-11,5	-1,1
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	43,9	40,2
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte	-16,4	1,0
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Lieferungsorderungen sowie anderer Aktiva	13,7	-0,3
Abnahme der sonstigen Rückstellungen	-3,8	-7,9
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Lieferungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva	16,3	-2,1
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	53,7	30,9
Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in Anlagevermögen	-32,1	-20,8
Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,3	0,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-31,8	-20,7
Finanzierungstätigkeit		
Abnahme des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	0,0	-2,1
Kapitalerhöhungen	0,0	72,1
Aufwendungen für den Börsengang	0,0	-8,5
Tilgung von Bankkrediten und sonstigen Darlehen	-7,4	-41,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-7,4	20,2
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	14,5	30,4

Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes (in Mio. DM):	30. Sept. 2000	31. Dez. 1999	Veränderung
Liquide Mittel	32,3	17,8	14,5
Kurzfristige Bankschulden	0,0	0,0	0,0
Finanzmittelbestand	32,3	17,8	14,5

*) nach IAS



Vitros
Loewe Vitros. Verlassen Sie das Gewohnte. Dieser Auftritt setzt Zeichen: das Design – eigenständig, dynamisch und faszinierend. Die Technik ist innovativ und zukunftssicher.

Vitros interpretiert Fernsehen auf erfrischende Art neu. Sein außergewöhnlicher Rahmen lenkt den Blick auf die absolut plane Real-Flat-Röhre. Und das MediaPlus-Konzept bietet eine Individualität, die ihresgleichen sucht.