



## Konzernbericht 1. – 3. Quartal des Geschäftsjahres 2001

- UMSATZ TROTZ SCHWIERIGEREM UMFELD UM 8 % GESTEIGERT
- WEITERHIN ÜBERPROPORTIONALES EBIT-WACHSTUM
- HÖHERER VERLUST IM GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION

**LOEWE.**



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

die abschwächende Konjunktorentwicklung hat sich durch die Ereignisse vom 11. September verstärkt und eine deutliche Abkühlung des Konsumklimas zur Folge. Obwohl wir uns diesen gesamtwirtschaftlichen Faktoren nicht entziehen können, hat sich Loewe in der Zeit von Januar bis September 2001 gut weiterentwickelt. Auch wenn nicht alle finanziellen Ziele erreicht wurden, so ist doch eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr im Vergleich zu den Wettbewerbern und vor dem Hintergrund eines schwierigen Marktumfelds zu verzeichnen. Die entsprechenden Zugewinne sind an den Marktanteilsverbesserungen in Deutschland und Europa ablesbar. Entscheidender ist jedoch, dass der weiterhin überproportionale Anstieg des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern die Ausrichtung des Loewe Konzerns hin zu profitablen Wachstum belegt.

Die nicht zufriedenstellenden Zahlen des Geschäftsbereichs Telekommunikation bei Umsatz und Ergebnis schmälern das positive Bild des Gesamtkonzerns Loewe. Der Vorstand wird daher dem Aufsichtsrat der Loewe AG zu seiner nächsten Sitzung eine Beschlussvorlage erstellen, die entweder einen positiven EBIT-Beitrag des Geschäftsbereichs Telekommunikation im Jahr 2002 sicherstellt oder einen Rückzug aus dem Telefonendgerätebereich zum Ziel hat.

Messe-Highlight des Jahres 2001 war die alle zwei Jahre in Berlin stattfindende Internationale Funkausstellung IFA. Diese weltweit wichtigste Consumer Electronics Messe ist entscheidendes Marktbarometer und hat wesentliche Impulse zum erfolgreichen Start in die Hauptsaison gegeben. Im Mittelpunkt der Loewe Neuheiten Offensive zur IFA stand das neue Produktprogramm Systems. Es umfasst ein komplettes Audio-Video-TV-System mit Fernsehern, DVD-Player und HiFi-Anlage, die in Technik und Design perfekt harmonisieren. Die Audio-Anlage Certos der neuen Systems Produktlinie ist von Loewe entwickelt und wird am Standort in Kronach produziert. Die Soundkomponenten sind in der Partnerschaft mit dem amerikanischen Audiospezialisten Bose entstanden. Das Satelliten-Lautsprechersystem wird von Loewe und Bose gemeinsam entwickelt und produziert.

Eine weitere Neuheit bildete der von Loewe vorgestellte größte europäische Fernseher mit Bildröhrentechnologie. Der neue Aconda 93102 hat eine Bildschirmdiagonale von 102 cm, ist serienmäßig ausgestattet mit Dolby Digital Decoder und Internetzugang sowie mit einem Empfänger für digitale Satellitenprogramme ausrüstbar.

Darüber hinaus hat Loewe als Prototyp einen Rückprojektionsfernseher auf Basis der DLP (Digital Light Processing)-Technologie präsentiert. Neben dem von Loewe seit 1997 angebotenen – mehrfach preisgekrönt – Plasma-Fernseher Spheros wird das Rückprojektions-TV-Gerät eine ideale Ergänzung für Home-Cinema-Konfigurationen mit großer Bildschirmdiagonale darstellen. Technologiepartner sind die Unternehmen Carl-Zeiss und Texas Instruments.

Trotzdem ist nicht zu übersehen, dass weltpolitische und konjunkturelle Risiken die Konsumentennachfrage in den Monaten Juli – September 2001 beeinträchtigt haben. Die deutliche Kaufzurückhaltung der Verbraucher im Inland konnte durch einen erhöhten Absatz vor allen Dingen in den konsumstarken Ländern Italien und Spanien überkompensiert werden. Das starke Exportgeschäft ist nach wie vor Motor der erreichten Umsatzzuwächse.

In den verbleibenden Wochen bis zum Jahresende wird Loewe alle Anstrengungen daran setzen, die ambitionierten mittelfristigen Wachstumsziele auch in dem anerkannt schwierigen Jahr 2001 zu erreichen. Aus heutiger Sicht geht der Vorstand davon aus, dass dies im Geschäftsbereich Home Media Systems gelingen wird. Im Geschäftsbereich Telekommunikation werden die Ziele im Jahr 2001 nicht erreicht. Wir werden allerdings sicherstellen, dass ab 2002 keine weiteren Ergebnisbelastungen aus diesem Bereich resultieren werden.

Kronach, im November 2001



Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands

## IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\*

(in Mio. Euro)	3. Quartal 2001	3. Quartal 2000	Veränderung in %	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000	Veränderung in %
<b>Umsatz</b>	<b>94,4</b>	89,4	+ 6	<b>265,5</b>	246,0	+ 8
Inland	<b>50,6</b>	52,6	– 4	<b>134,6</b>	141,6	– 5
Ausland	<b>43,8</b>	36,8	+ 19	<b>130,9</b>	104,4	+ 25
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)**</b>	<b>6,6</b>	5,3	+ 25	<b>19,1</b>	16,0	+ 19
Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter	<b>3,6</b>	3,1	+ 16	<b>10,5</b>	9,1	+ 15
<b>Ergebnis je Aktie in Euro***</b>	<b>0,50</b>	0,44	+ 14	<b>1,47</b>	1,29	+ 14
<b>Vermögenslage</b>						
Eigenkapital	<b>75,3</b>	66,6	+ 13	<b>75,3</b>	66,6	+ 13
Bilanzsumme	<b>202,9</b>	189,6	+ 7	<b>202,9</b>	189,6	+ 7
Eigenkapitalquote in %	<b>37,1</b>	35,1		<b>37,1</b>	35,1	
<b>Weitere Kennzahlen</b>						
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	<b>1,4</b>	1,6	– 13	<b>9,6</b>	27,5	– 65
Investitionen	<b>8,7</b>	5,6	+ 55	<b>18,5</b>	16,4	+ 13
Abschreibungen	<b>5,2</b>	4,1	+ 27	<b>14,9</b>	12,2	+ 22
Entwicklungskosten	<b>3,2</b>	2,8	+ 14	<b>8,7</b>	7,9	+ 10
<b>Mitarbeiter (Durchschnitt)</b>	<b>1.228</b>	1.144	+ 7	<b>1.190</b>	1.099	+ 8

\*) Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2001 und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2000 entsprechen den IAS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

\*\*) Der Zinsanteil aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen wird – wie im Jahresabschluss zum 31. Dezember 2000 – nicht als Personalaufwand, sondern als Zinsaufwand ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

\*\*\*) Bezogen auf die Anzahl der Aktien nach der Kapitalerhöhung im 3. Quartal 2001 ( aus 74.400 ausgeübten Aktienoptionen) von insgesamt 7.149.400 Stück (Vorjahr: 7.075.000 Aktien).

### UMSATZ WÄCHST IN DEN ERSTEN DREI QUARTALEN UM 8 %

Die bis August 2001 anhaltenden Versorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren sowie eine bereits im 2. Quartal einsetzende Marktschwäche bei Standardprodukten führten im 3. Quartal 2001 zu einer vergleichsweise moderaten Umsatzsteigerung gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres von 6 %. Das insbesondere nach den Ereignissen vom 11. September deutlich verschlechterte Konsumklima hat sich zum Quartalsende zwar bemerkbar gemacht, jedoch bei den Auslieferungen an die Händler und internationalen Distributionspartner zu keinen wesentlichen Rückgängen geführt. Somit konnte in den ersten drei Quartalen 2001 trotz des seit dem 2. Quartal 2001 schwierigeren Umfelds ein Umsatzwachstum von 8 % erzielt werden.

Der Umsatzrückgang im Inland von 4 % im 3. Quartal bzw. 5 % in den ersten drei Quartalen 2001 resultiert vornehmlich aus nicht realisierten Umsatzzielen im Geschäftsbereich Telekommunikation. Dort lagen die Inlandsumsätze in den ersten drei Quartalen um 36 % unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres aufgrund einer deutlichen Marktschwäche im Inland und Preissenkungen der Wettbewerber, denen erst mit zeitlichem Versatz gefolgt wurde. Darüber hinaus haben wir in rückläufigen Segmenten mit starkem Preiswettbewerb wie Monofernsehgeräten und Videorecordern und in einigen Standardsegmenten bei Fernsehgeräten auf die Realisierung von Umsatzpotenzialen zugunsten einer verbesserten Ertragslage verzichtet.

Die Auslandsumsätze wuchsen weiterhin dynamisch und konnten im 3. Quartal um 19 % bzw. in den ersten drei Quartalen 2001 um 25 % gesteigert werden. Neben den traditionellen Loewe Exportmärkten haben zu dieser Steigerung die osteuropäischen Märkte sowie der US-amerikanische Markt beigetragen. Darüber hinaus sind im Geschäftsbereich Telekommunikation in den neu erschlossenen Exportmärkten deutliche Steigerungen erzielt worden. Allerdings blieben die Umsätze in Australien unter dem Vorjahresniveau, das aufgrund der Olympiade außergewöhnlich hoch war. Darüber hinaus konnten im 3. Quartal 2001 bestehende Umsatzpotenziale wegen der Materialversorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren nicht wahrgenommen werden. Der Auslandsanteil am Umsatz erhöhte sich in den ersten drei Quartalen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 7 Prozentpunkte auf 49 %.

## WEITERHIN ÜBERPROPORTIONALES ERGEBNISWACHSTUM

Das im 3. Quartal erzielte EBIT-Wachstum der Loewe Gruppe von 25 % lag deutlich über dem Umsatzwachstum von 6 %. Im Geschäftsbereich Home Media Systems haben wir uns noch stärker auf margenstarke Produkte konzentriert und konnten hierdurch das EBIT bei einem Umsatzwachstum von 6 % überproportional um 35 % steigern. Darin enthalten sind einmalige Erträge aus der Auflösung von nicht mehr benötigten Lizenzrückstellungen von 0,8 Mio. Euro. Bereinigt um diesen Einmaleffekt ergibt sich ein EBIT-Wachstum von insgesamt 9 % und von 20 % im Geschäftsbereich Home Media Systems. Dagegen lag das Ergebnis des Geschäftsbereichs Telekommunikation, insbesondere aufgrund erforderlicher Preisanpassungen, im Inland mit einem EBIT von – 0,7 Mio. Euro deutlich unter unseren Erwartungen.

In den ersten drei Quartalen 2001 lag das EBIT-Wachstum mit 19 % (bereinigt um den Einmaleffekt: 14 %) auf 19,1 Mio. Euro weiterhin deutlich über dem Umsatzwachstum von 8 %. Die Hauptursachen hierfür sind das dynamische Exportwachstum und das bessere Produktmix im Bereich Home Media Systems sowie die erwähnte Auflösung von Lizenzrückstellungen. Dämpfend wirkten hingegen die Verluste im Geschäftsbereich Telekommunikation in Höhe von 1,2 Mio. Euro. Die EBIT-Marge stieg gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,7 Prozentpunkte auf 7,2 %.

Als Folge der in den ersten drei Quartalen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,5 Mio. Euro gestiegenen Zinsaufwendungen für zusätzliches Working Capital lag der Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter mit 10,5 Mio. Euro nur um 15 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der Gewinn je Aktie in den ersten drei Quartalen 2001 erhöhte sich um 14 % auf 1,47 Euro. Hierbei ist berücksichtigt, dass aufgrund ausgeübter Aktienoptionen aus dem Mitarbeiteraktienoptionsprogramm die Anzahl der Aktien um 74.400 auf 7.149.400 Stück gestiegen ist, obwohl der Zufluss aus der Kapitalerhöhung erst am Ende der Berichtsperiode erfolgt ist.

Im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms aus 1999, das insgesamt 500.000 Aktienoptionen umfasst, können noch 425.600 Optionen bis 2004 ausgeübt werden. Unter Einschluss dieser Optionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis von 1,39 Euro je Aktie.

Im 3. Quartal wurden nicht alle mittelfristigen Wachstumsziele der Loewe Gruppe erreicht. Hauptursache war das geringere als erwartete Umsatzwachstum in beiden Geschäftsbereichen. Allerdings konnte im dominierenden Geschäftsbereich Home Media Systems trotz schwierigerem Umfeld eine deutlich überproportionale EBIT-Steigerung erzielt werden.

In den ersten neun Monaten wurden die mittelfristigen Umsatz- und EBIT-Ziele erreicht. Lediglich das Wachstum des Ergebnisses pro Aktie blieb mit 14 % hinter der mittelfristigen Zielsetzung von rund 20 % zurück. Hauptgrund hierfür sind Verluste im Geschäftsbereich Telekommunikation sowie höhere Zinsaufwendungen.

## GESCHÄFTSVERLAUF IM 1.– 3. QUARTAL 2001

### 1. UMSATZERLÖSE AUCH IM DRITTEN QUARTAL GESTEIGERT

(in Mio. Euro)	3. Quartal 2001	3. Quartal 2000	Veränderung in %	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000	Veränderung in %
<b>Home Media Systems</b>						
Fernsehen und Multimedia	<b>75,3</b>	72,3	+ 4	<b>212,2</b>	195,3	+ 9
Videorecorder, DVD, Hi-Fi, Zubehör	<b>13,3</b>	11,1	+ 20	<b>38,9</b>	34,7	+ 12
<b>Home Media Systems, gesamt</b>	<b>88,6</b>	83,4	+ 6	<b>251,1</b>	230,0	+ 9
davon Inland	<b>46,8</b>	46,7	0	<b>124,5</b>	125,7	- 1
davon Ausland	<b>41,8</b>	36,7	+ 14	<b>126,6</b>	104,3	+ 21
<b>Telekommunikation</b>	<b>5,8</b>	6,0	- 3	<b>14,4</b>	16,0	- 10
davon Inland	<b>3,8</b>	5,9	- 36	<b>10,1</b>	15,9	- 36
davon Ausland	<b>2,0</b>	0,1	~	<b>4,3</b>	0,1	~
<b>Umsatzerlöse, gesamt</b>	<b>94,4</b>	89,4	+ 6	<b>265,5</b>	246,0	+ 8
davon Inland	<b>50,6</b>	52,6	- 4	<b>134,6</b>	141,6	- 5
davon Ausland	<b>43,8</b>	36,8	+ 19	<b>130,9</b>	104,4	+ 25

## **GESCHÄFTSBEREICH HOME MEDIA SYSTEMS MIT 9 % UMSATZSTEIGERUNG**

### **PRODUKTBEREICH FERNSEHEN/MULTIMEDIA**

Der europäische Markt für Fernseh- und Multimediageräte ist im Zeitraum Februar bis Juli 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres wertmäßig nur noch um 2 %<sup>1</sup> gewachsen. Nachdem im Zeitraum Februar bis Mai 2001 noch ein deutlicher Anstieg um 5 % verzeichnet wurde, war der Markt in den Monaten Juni und Juli rückläufig. Während die in Deutschland erzielten Verkäufe um 5 % zurückgingen, haben sich die für unser Wachstum bedeutsamen Märkte in Italien, Spanien, Frankreich und Großbritannien überproportional gut entwickelt. Der Markt wächst weiterhin in den für Loewe wichtigen Segmenten großformatiger Bildschirme, Geräte im 16 : 9-Format und 100-Hz-Geräte. In den für uns relevanten Segmenten waren die Endverbraucherpreise noch weitgehend stabil.

Wie erwartet hat sich die Versorgungssituation mit großformatigen Bildröhren seit Mitte September bei Loewe wieder normalisiert. Trotz der bis zu diesem Zeitpunkt anhaltenden Versorgungsengpässe haben wir den Umsatz im 3. Quartal gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 4 % steigern können. Bei den margenschwachen und in starkem Preiswettbewerb stehenden Mono-Fernsehgeräten und einigen Standard-Fernsehgeräten haben wir bewusst auf Umsatz zugunsten der Verbesserung der Ertragslage verzichtet.

In den ersten drei Quartalen 2001 konnten wir den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 9 % steigern. Die Umsätze mit großformatigen Fernseh- und Multimediageräten sowie der Umsatz mit Plasma-Fernsehgeräten stiegen trotz der Materialengpässe überproportional an. Der positive Geschäftsverlauf spiegelt sich auch in einer weiterhin attraktiven Marktposition wider. Wir verbesserten uns im wachsenden europäischen Markt gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,4 Prozentpunkte auf einen Marktanteil von 6,8 %<sup>2</sup>. Im rückläufigen Inlandsmarkt erhöhte sich unser Marktanteil gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,1 Prozentpunkte auf 13,1 %<sup>3</sup>.

### **PRODUKTBEREICHE VIDEORECORDER, DVD, HI-FI, ZUBEHÖR UND ANDERE PRODUKTE**

In diesen Produktbereichen konnten wir den Umsatz im 3. Quartal um 20 % und in den ersten drei Quartalen um 12 % steigern. Während wir aufgrund rückläufiger Preise bei den Videorecordern auf die Realisierung von Umsatzpotenzialen verzichtet haben, konnte der Umsatz mit DVD-Playern, Hi-Fi und Zubehör überproportional gesteigert werden. Vom gesamten Zuwachs von 20 % im 3. Quartal ist rund ein Drittel auf die Lieferung von elektronischen Komponenten an die Kooperationspartner Sharp und Bose zurückzuführen.

## **WEITERHIN RÜCKLÄUFIGE UMSÄTZE IM GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION**

Bei schnurlosen DECT-Telefonen ist eine Abkühlung der Nachfrage zu erkennen. Nachdem der Markt bis Mai 2001 weitgehend stabil war, reduzierte sich das wertmäßige Marktvolumen des Inlands im Juni/Juli, insbesondere durch rückläufige Preise, um 14 %, im Zeitraum Februar bis Juli um 6 %<sup>4</sup>.

1 Quelle GfK: Markt zehn größte westeuropäische Länder

2 Quelle GfK: Wertmäßiger Marktanteil im europäischen Facheinzelhandel (zehn größte westeuropäische Länder)

3 Quelle GfK: Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel Februar bis Juli 2001

4 Quelle GfK: Markt in Deutschland

Bei den Anrufbeantwortern war es bereits seit Anfang des Jahres um etwa 20 % zurückgegangen. Aufgrund der nicht erreichten Absatzziele, zum Teil bedingt durch Anlaufverzögerungen, ging der Marktanteil von Loewe bei den schnurlosen DECT-Telefonen von 7 % auf 4,5 % zurück. Bei den Anrufbeantwortern blieb er mit 45 % unverändert auf hohem Niveau.

Im 3. Quartal konnte der Umsatz durch höhere Auslandsumsätze annähernd auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden. Allerdings reduzierte sich der Inlandsumsatz infolge der erst im August vorgenommenen Preisanpassungen an den Wettbewerb und den Folgen der inzwischen bereinigten Qualitätsprobleme einer Baureihe um 36 %. Zur Stabilisierung des Umsatzes hat auch die Erweiterung des Produktprogramms um eine neu konzipierte Standardserie beigetragen, die bei einem neuen Lieferanten gefertigt wird.

In den ersten drei Quartalen wurden die Absatzziele nicht erreicht. Neben den erwähnten Qualitätsproblemen und Preissenkungen der Wettbewerber im Inland haben Anlaufverzögerungen bei neuen Produkten zu einem Umsatzrückgang von 10 % geführt. Der Rückgang im Inland konnte allerdings nicht vollständig durch Umsätze in neu erschlossenen europäischen Märkten kompensiert werden.

#### AUSLANDSANTEIL AM GESAMTUMSATZ ERREICHT FAST 50%

Entsprechend unserer strategischen Zielsetzung wurde das Auslandsgeschäft weiter ausgebaut. Die Umsatzsteigerung in den ersten drei Quartalen 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug 25 %. Davon betreffen 22,3 Mio. Euro den Geschäftsbereich Home Media Systems und 4,2 Mio. Euro den Geschäftsbereich Telekommunikation.

Die größten Umsatzbeiträge entfallen auf die Benelux-Staaten mit 32 Mio. Euro, Italien mit 23 Mio. Euro, Spanien mit 16 Mio. Euro, Großbritannien und Schweiz mit jeweils 8 Mio. Euro. In diesen Ländern wurde der Umsatz insgesamt um 18 % gesteigert.

## 2. ERGEBNIS WÄCHST WEITERHIN ÜBERPROPORTIONAL

(in Mio. Euro)

	3. Quartal 2001	3. Quartal 2000	Veränderung in %	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000	Veränderung in %
<b>Home Media Systems</b>	<b>7,3</b>	5,4	+ 35	<b>20,3</b>	16,7	+ 22
<b>Telekommunikation</b>	<b>- 0,7</b>	- 0,1	~	<b>- 1,2</b>	- 0,7	- 71
<b>EBIT, gesamt</b>	<b>6,6</b>	5,3	+ 25	<b>19,1</b>	16,0	+ 19
<b>EBIT-Marge in %</b>	<b>7,0</b>	5,9	+ 19	<b>7,2</b>	6,5	+ 11

Im 3. Quartal haben wir gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres eine Ergebnissteigerung von 25 % erzielt, die deutlich über dem Umsatzwachstum von 6 % liegt. Im Geschäftsbereich Home Multimedia Systems konnten wir eine Ergebnissteigerung um 35 % realisieren. Diese resultiert vornehmlich aus dem besseren Produktmix, dem dynamisch wachsenden Exportgeschäft sowie der Auflösung von nicht mehr benötigten Lizenzrückstellungen in Höhe von 0,8 Mio. Euro. Bereinigt um diesen Einmaleffekt ergibt sich ein EBIT-Wachstum von 20 % im Geschäftsbereich Home Media Systems. Beeinträchtigt wurde das EBIT durch einen Verlust des Geschäftsbereichs Telekommunikation von 0,7 Mio. Euro. Der Verlust in dieser Sparte ist im Wesentlichen auf Preissenkungen und nicht erreichte Absatzziele im Inland als Folge der inzwischen bereinigten Qualitätsprobleme einer Baureihe zurückzuführen. Obwohl durch dynamisch steigende Auslandsumsätze der Umsatzrückgang im Inland nahezu kompensiert werden konnte, hat diese Entwicklung zu einer deutlichen Ergebnisbelastung geführt, da im Exportgeschäft wegen der zwischengeschalteten ausländischen Distributionspartner die Margen geringer sind.

In den ersten drei Quartalen haben wir eine Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahr um 19 % (bereinigt um den Einmaleffekt: 14 %) erreicht. Während sich das Ergebnis des Geschäftsbereiches Telekommunikation um 71 % auf einen Verlust von 1,2 Mio. Euro verschlechterte, konnten wir im Geschäftsbereich Home Media Systems durch Konzentration auf die attraktiven Segmente der großformatigen und multimedialfähigen Fernsehgeräte das EBIT um 22 % auf 20,3 Mio. Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres steigern. Bereinigt um die Auflösung der Lizenzrückstellungen ergibt sich eine Steigerung von 17 %.

In den ersten drei Quartalen ist auf der Konzernebene durch die Konzentration auf ertragsstarke Produkte, Ausweitung des Exports sowie durch stabile Verkaufspreise in unserem Kernbereich Home Media Systems eine Steigerung des Bruttoergebnisses vom Umsatz um 0,5 Prozentpunkte auf 27,2 % realisiert worden. Innerhalb der Herstellungskosten wurden die gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um etwa 1,5 % gestiegenen Materialeinkaufspreise durch Rationalisierungsmaßnahmen und Volumeneffekte mehr als ausgeglichen.

Die Marketing- und Vertriebskosten erhöhten sich um 4,3 Mio. Euro und in Relation zum Umsatz um 0,4 Prozentpunkte auf 17,6 %. Der Anstieg resultiert aus höheren Werbekosten sowie dem Ausbau der Export- und Marketingaktivitäten in beiden Geschäftsbereichen.

Die Verwaltungskosten stiegen gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,3 Mio. Euro. In Relation zum Umsatz verringerten sie sich geringfügig auf 3,1 % vom Umsatz.

Der Ertragssaldo aus den Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen lag um 1,4 Mio. Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. In der Abweichung saldieren sich im Wesentlichen Erträge aus der Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen mit der erforderlichen Risikovorsorge für Wertminderungen des Deckungsvermögens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.

### 3. INVESTITIONEN IM DRITTEN QUARTAL GESTIEGEN

(in Mio. Euro)	<b>Investitionen</b>		<b>Abschreibungen</b>	
	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>	<b>4,4</b>	<b>4,1</b>	4,3	3,8
<b>Sachanlagen</b>	<b>14,1</b>	<b>12,1</b>	10,6	8,4
<b>Finanzanlagen</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>	0,0	0,0
<b>Investitionen/ Abschreibungen, gesamt</b>	<b>18,5</b>	<b>16,4</b>	14,9	12,2

Die Investitionen des 1. – 3. Quartals 2001 lagen mit 18,5 Mio. Euro um 13 % über den Investitionen des Vergleichszeitraums des Vorjahres. Sie betreffen im Wesentlichen aktivierungspflichtige Entwicklungskosten (3,6 Mio. Euro), automatische Bestückungsanlagen (2,1 Mio. Euro), Werkzeuge für neue Produkte (2,0 Mio. Euro), Marketinginvestitionen (2,7 Mio. Euro) sowie weitere Investitionen, die der Rationalisierung und Kapazitätserweiterung vornehmlich in der Produktion dienen. Die Marketinginvestitionen haben sich auf das 3. Quartal 2001 konzentriert und betreffen den Messestand auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin, die Einrichtung der neuen Loewe Galerie in Berlin sowie Präsentationssysteme in den Verkaufsräumen unserer Kunden. Auf Jahresbasis werden die gesamten Investitionen voraussichtlich auf dem Vorjahresniveau liegen.

Die Abschreibungen des 1. – 3. Quartals 2001 lagen mit 14,9 Mio. Euro aufgrund der höheren Investitionen des Vorjahres um 22 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

### 4. WEITERER AUFBAU DES WORKING CAPITAL ZUR HOCHSAISON

(in Mio. Euro)	<b>30. September 2001</b>	<b>31. Dezember 2000</b>	<b>30. September 2000</b>
<b>Anlagevermögen</b>	<b>62,6</b>	59,0	58,2
<b>Working Capital</b>	<b>58,0</b>	44,8	38,5
<b>Eigenkapital</b>	<b>75,3</b>	69,5	66,6
<b>Anteile im Fremdbesitz</b>	<b>0,8</b>	0,7	0,4
<b>Netto-Schulden</b>	<b>44,5</b>	33,6	29,7

Die Bilanzstruktur zum 30.9.2001 ist durch ein hohes Working Capital gekennzeichnet, welches neben dem saisonal üblichen Anstieg auch aus einem um circa 15 % überhöhten Vorratsvermögen resultiert. Der Anstieg des Working Capital um 13,2 Mio. Euro wurde im Wesentlichen durch um 10,9 Mio. Euro höhere Nettoschulden finanziert.

Das Anlagevermögen ist auf 62,6 Mio. Euro angestiegen, da das Investitionsvolumen die Abschreibungen deutlich überschreitet.

Der Anstieg des Eigenkapitals auf 75,3 Mio. Euro beinhaltet den in den ersten drei Quartalen generierten Jahresüberschuss und die im dritten Quartal durchgeführte Kapitalerhöhung. Im September 2001 flossen der Loewe AG 1,3 Mio. Euro durch Ausgabe neuer Aktien im Rahmen des Aktienoptionsprogramms zu. Von dem vereinnahmten Betrag von 1,3 Mio. Euro wurden 1,2 Mio. Euro in die Kapitalrücklage eingestellt. Die Entwicklung des Eigenkapitals stellt sich damit wie folgt dar:

(in Mio. Euro)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Ergebnisvortrag	Eigenkapital total
<b>Stand am 31.12.2000</b>	7,1	43,6	2,5	16,3	69,5
<b>Dividendenausschüttung</b>				- 6,0	- 6,0
<b>Kapitalerhöhung</b>	0,1	1,2			1,3
<b>Jahresüberschuss 1. – 3. Quartal</b>				10,5	10,5
<b>Stand am 30.09.2001</b>	<b>7,2</b>	<b>44,8</b>	<b>2,5</b>	<b>20,8</b>	<b>75,3</b>

Gegenüber dem 31. Dezember 2000 haben sich innerhalb des Working Capital entsprechend dem saisonal üblichen Verlauf die Lieferungsorderungen und anderen Aktiva um 9,0 Mio. Euro und die Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva um 4,9 Mio. Euro vermindert. Die Sonstigen Rückstellungen blieben entsprechend dem üblichen saisonalen Verlauf fast unverändert.

(in Mio. Euro)	30. September 2001	31. Dezember 2000	30. September 2000
<b>Vorräte</b>	<b>61,0</b>	44,4	40,7
<b>Lieferungsorderungen und andere Aktiva</b>	<b>78,8</b>	87,8	71,5
<b>Sonstige Rückstellungen</b>	<b>- 42,3</b>	- 43,0	- 35,8
<b>Lieferungsverbindlichkeiten und andere Passiva</b>	<b>- 39,5</b>	- 44,4	- 37,9
<b>Working Capital</b>	<b>58,0</b>	44,8	38,5

Dagegen erhöhten sich die Vorräte gegenüber dem Stand zum Vorjahresende um 16,6 Mio. Euro. Auch wenn seit dem 30. Juni 2001 entgegen dem saisonalen Trend eine Reduktion der Vorräte um 1,8 Mio. Euro erzielt wurde, so sind sie noch immer durch Überbestände gekennzeichnet, die allerdings im vierten Quartal auf ein annähernd normales Niveau zurückgeführt werden.

(in Mio. Euro)	30. September 2001	31. Dezember 2000	30. September 2000
<b>Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertige Erzeugnisse</b>	<b>16,2</b>	17,6	14,6
<b>Fertige Erzeugnisse und Waren</b>	<b>44,8</b>	26,8	26,1
<b>Vorräte</b>	<b>61,0</b>	44,4	40,7

Nachdem im Verlauf des 3. Quartals eine ausreichende Versorgung mit großformatigen Bildröhren sichergestellt war, konnten die Bestände an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie unfertigen Erzeugnissen nach 20,9 Mio. Euro zum 30. Juni 2001 wieder auf ein normalisiertes Niveau von 16,2 Mio. Euro zum 30. September 2001 zurückgeführt werden. Sie liegen damit um 1,4 Mio. Euro unter dem Bestand zum 31. Dezember 2000.

Der Anstieg der fertigen Erzeugnisse und Waren gegenüber dem 31. Dezember 2000 um 18,0 Mio. Euro entspricht zur Hälfte dem üblichen saisonalen Verlauf. Die zusätzlichen Bestände betreffen überwiegend den Geschäftsbereich Home Media Systems, in dem – wie bereits im Halbjahresbericht dargestellt – die Fertigung normalformatiger Fernseh- und Multimediageräte für den Bedarf im 4. Quartal vorgezogen wurde. Dadurch konnten auch im 3. Quartal Produktionsausfälle vermieden werden und zugleich Kapazitäten für die Produktion von Fernseh- und Multimediageräten mit großformatigen Bildröhren im vierten Quartal freigehalten werden. Die überplanmäßigen Bestände im Geschäftsbereich Telekommunikation resultieren aus nicht erreichten Absatzziele.

Beim Vergleich der gegenüber dem Stand zum 30. September 2000 um über 70 % höheren Bestände an fertigen Erzeugnissen und Waren ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr noch Versorgungsengpässe bei elektronischen Bauelementen und schnurlosen Telefonen zu einem atypisch niedrigen Fertigenbestand geführt hatten, die damals eine sehr eingeschränkte Lieferfähigkeit zur Folge hatte.

## 5. CASHFLOW UNTER VORJAHR

(in Mio. Euro)	1.–3. Quartal 2001	1.–3. Quartal 2000
<b>Cashflow aus</b>		
laufender Geschäftstätigkeit	9,6	27,5
Investitionstätigkeit	- 18,4	- 16,3
Finanzierungstätigkeit	- 4,9	- 3,8
<b>Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b>- 13,7</b>	<b>7,4</b>

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit liegt trotz verbesserter Ertragslage mit 9,6 Mio. Euro um 17,9 Mio. Euro unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dies resultiert vornehmlich aus um 3,7 Mio. Euro höheren Steuerzahlungen und einem um 18,3 Mio. Euro höheren Working Capital (Netto-Umlaufvermögen), das im Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5,1 Mio. Euro abgebaut und in 2001 um 13,2 Mio. Euro aufgebaut worden ist. Die Ursache hierfür liegt in um 8,3 Mio. Euro höheren Vorräten und 13,3 Mio. Euro geringeren Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva.

Der Anstieg der Vorräte ist nur zum Teil durch das höhere Geschäftsvolumen bedingt. Zum überwiegenden Teil resultiert er aus zusätzlichen Beständen zur Sicherstellung der Produktionsauslastung des Geschäftsbereichs Home Media Systems im 3. Quartal 2001, daneben auch aus überhöhten Beständen im Geschäftsbereich Telekommunikation.

Die geringeren Lieferungsverbindlichkeiten und sonstigen Passiva erklären sich dadurch, dass die Phase des Lageraufbaus von höheren Lieferantenverbindlichkeiten begleitet wird, während in der Lagerrückführungsphase ein überproportional starker Rückgang der Kreditoren zu verzeichnen ist.

Der Zahlungsmittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 18,4 Mio. Euro liegt um 2,1 Mio. Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der Anstieg ist im wesentlichen abrechnungsbedingt, da sich die Marketinginvestitionen auf das 3. Quartal konzentrierten. Auf Jahresbasis werden die Investitionen auf dem Vorjahresniveau liegen.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 4,9 Mio. Euro betrifft vornehmlich die im Juni erfolgte Ausschüttung der Dividende von 6,0 Mio. Euro und die Zuflüsse aus der Kapitalerhöhung im September mit 1,3 Mio. Euro.

## ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN

Das 3. Quartal war sehr stark geprägt von der Fertigstellung von Projekten, die zur Internationalen Funkausstellung der Öffentlichkeit vorgestellt wurden. Im Bereich Home Cinema lag hierbei das Schwergewicht auf der Erstellung einer kompletten Systemlösung unter Einschluss von Audio-Komponenten für die Produktfamilie „Systems“. Auf Basis einer neuen

richtungsweisenden MediaPlus-Chassis-Plattform „Q 2500“, die alle multimedialen Ausstattungsvarianten auch in den Einstiegsklassen zulässt, wurde eine neue Gerätelinie mit der Bezeichnung „Articos“ entwickelt, welche zunächst im 32-Zoll-Format Einsatz findet.

Im Bereich Audio wurde eine hochwertige Anlage unter der Bezeichnung „Certos“ entwickelt, welche mit einem Lautsprechersystem „Concertos“, das in Zusammenarbeit mit Bose entwickelt wurde, ergänzt wird. Der Entwicklungsfortschritt liegt in der Systemverknüpfung aller Komponenten, sodass mit einer weiterentwickelten Benutzeroberfläche eine sehr einfache Bedienung des Gesamtsystems möglich wird.

Auf der Displayseite gab es darüber hinaus zwei entscheidende Erweiterungen des Produktsortiments, die auf der Internationalen Funkausstellung zum ersten Mal präsentiert werden konnten. Hierbei handelt es sich zum einen um ein Rückprojektionsgerät mit einer Bildschirmdiagonale von 50 Zoll auf Basis der DLP-Technologie und zum anderen um ein 20-Zoll-LCD-Fernsehgerät. Somit werden nunmehr alle Displaytechnologien, und zwar Bildröhren, Plasma, Rückprojektion und LCD, abgedeckt.

Im Bereich des digitalen Fernsehens wurden Prototypen für den terrestrischen digitalen Standard entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem IRT (Institut für Rundfunktechnik München) wurde eine Softwarelösung für den neuen API-Standard der Multimedia Home Plattform (MHP) realisiert.

Im Bereich des Internet-Fernsehens konnte die 3. Generation TV-O 3 vorgestellt werden, welche ein deutlich erweitertes Leistungsspektrum bei der Darstellung komplexer Internetseiten erbringt.

Die laufenden Förderprojekte, die die Grundlagen für Zukunftstechnologien erbringen sollen, konnten plangemäß fortgeführt werden und die entsprechenden Meilensteine wurden den jeweiligen Projektträgern pünktlich vorgestellt.

## **HÖHERPOSITIONIERUNG DER MARKE VORANGETRIEBEN**

Durch zwei bedeutende Aktivitäten wurde im August 2001 die Premium-Positionierung der Marke Loewe weiter verdeutlicht:

Mit der Eröffnung der neuen Loewe Galerie in Berlin „Unter den Linden“ wurde ein neuer Maßstab der Präsentation von Loewe Produkten im Handel aufgezeigt. Neben der hochwertigen Produktinszenierung in der Galerie zeigt der angegliederte Bereich ambiente @home Wege der Integration von Loewe Systemen in Wohnwelten.

Auf der ebenfalls im August stattgefundenen Internationalen Funkausstellung überzeugte der Loewe Messestand mittels seines durchgängigen und zur Marke passenden Standkonzeptes und bereitete damit auch die Plattform für ein äußerst positives Messeergebnis. In Fortsetzung des Kommunikationsauftritts der Werbekampagne und anderer Kommunikationsmittel wurde das Markenerlebnis Loewe in den Mittelpunkt des Messeauftritts gesetzt.

Die Marke Loewe steht auch im Mittelpunkt der internationalen Kommunikationsaktivitäten. So wird die im Juni in Deutschland gestartete Werbekampagne seit September 2001 auch in den europäischen Kernmärkten geschaltet.

Das Highlight des Loewe Produktprogramms ist „Systems“, das Fernsehen, Audio, DVD-Player und Lautsprecher zu einem außergewöhnlichen System integriert und damit neue Maßstäbe im High-End-Bereich der Consumer Electronics setzt. Faszinierendes Design, innovative Technik in Verbindung mit hochwertigen Materialien, wie Edelstahl und poliertem Aluminium, überzeugt auch die anspruchsvollste Zielgruppe.

Loewe setzt Maßstäbe in Design und Technik. Der neue Aconda 93102 ZW ist das größte Fernsehgerät Europas mit einer Bildröhre von 102 cm (sichtbar 97 cm) im Durchmesser.

Die Markteinführung des Aconda Living im September 2001 komplettiert die Aconda Familie. Charakteristisch sind die neuen, hellen Farben, die die Höherpositionierung der Marke Loewe auch in jüngeren Zielgruppen erfolgreich umsetzt.

Neu zur Internationalen Funkausstellung präsentierten wir in Zusammenarbeit mit dem ZDF erstmals zap2text. Auf Wunsch erhält der Fernsehschauer immer dann Hinweise auf dem Loewe Fernseher, wenn begleitende Informationen zur Sendung über Videotext abrufbar sind.

Darüber hinaus haben wir unsere Vorreiterrolle in dem Zusammenwachsen von Fernsehen und Internet durch Präsentation der neuen Internet-Plattform bei TV-Online dokumentiert.

Zur intensiveren Bearbeitung des amerikanischen Marktes haben wir in den USA eine eigene Vertriebsgesellschaft gegründet. Sie wird ab 2002 die Produkte von Loewe in Nordamerika vermarkten und die Verkaufs-, Marketing- und Servicefunktionen vom bisherigen Distributionspartner übernehmen.

## WEITERER PERSONALAUFBAU

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter stieg in den ersten drei Quartalen 2001 um 8 % auf 1.190. Diese Verstärkung ist erforderlich, um unsere Kompetenzen und Ressourcen in den Schlüsselbereichen Entwicklung, Marketing und Vertrieb auszubauen. Bei einer Steigerung des Produktionswertes um 20 % in den ersten drei Quartalen dieses Jahres ist allerdings die Anzahl der direkten Produktionsbeschäftigten aufgrund von Rationalisierungsmaßnahmen deutlich unterproportional um 10 % gewachsen.

Von dem gesamten Personalaufbau in den ersten drei Quartalen 2001 um 91 Personen betreffen 45 Personen die Produktion. Insbesondere im dritten Quartal hat hier ein saisontypischer Aufbau stattgefunden. Die Aufstockung der Entwicklungsabteilung um 16 Mitarbeiter erfolgte im Hinblick auf erforderliche Kompetenzverstärkungen zur Ausweitung des Multimedia-Angebotes. Die zusätzlichen 18 Mitarbeiter in den Bereichen Marketing und Vertrieb sind erforderlich für den weiteren Ausbau des Wachstums im Aus-

land und einer intensiveren Betreuung der Endverbraucher durch ein im Aufbau befindliches Customer Care Center. Diese bisher durch externe Dritte erbrachte Dienstleistung sehen wir als wichtige Kernaktivität und haben deshalb hierfür eigene Ressourcen aufgebaut. Zurzeit bilden wir in unserem Customer Care Center 16 Mitarbeiter aus. Mit ihnen werden wir unser Ziel erreichen, den besten Kundenservice in unserer Branche anzubieten.

## INVESTOR-RELATIONS-PREIS FÜR LOEWE

Kapitalmarktexperten haben für das Wirtschaftsmagazin „Capital“ die Investor-Relations-Arbeit von an deutschen Börsen notierten Aktiengesellschaften nach den Kriterien Zeitnähe, Glaubwürdigkeit und Qualität beurteilt. Im Segment der S-Dax-Werte erzielten wir nach einem zweiten Platz im Vorjahr in diesem Jahr den ersten Rang.

## AUSBLICK

Trotz des schwierigeren Umfeldes waren die ersten drei Quartale 2001 für Loewe insgesamt erfolgreich. Das mittelfristige Wachstumsziel von 8 % beim Umsatz wurde erreicht. Das EBIT der Loewe Gruppe konnte trotz der Verluste im Geschäftsbereich Telekommunikation um 19 % (bereinigt um den Einmal-effekt: 14 %) gesteigert werden. Als Folge der Versorgungsprobleme bei großformatigen Bildröhren und den hieraus resultierenden höherer Zinsaufwendungen liegt die Steigerung des Ergebnisses je Aktie mit 14 % unter der Zielsetzung von rund 20 %.

Die Internationale Funkausstellung Ende August hat für uns ein gutes Ergebnis erbracht. Neben einem attraktiven Ordervolumen, welches um rund 20 % über dem Volumen der IFA 1999 lag, war der gesamte Auftritt von Loewe ein klares Statement an die Handelspartner und Kunden, dass Loewe seinen Weg zur High End Solution Company konsequent beschreitet. Die neuen Home-Cinema-Systemlösungen, die gemeinsam mit unserem Partner Bose entwickelt wurden, waren hierfür ein eindrucksvoller Beleg.

Wir erwarten, dass sich diese neuen Produkte bereits zum Ende des 4. Quartals 2001 mit ersten Umsätzen niederschlagen werden. Da sich die Versorgungssituation bei großformatigen Bildröhren normalisiert hat, werden hieraus keine Behinderungen mehr bei der Realisierung unserer Absatzpläne im 4. Quartal resultieren. Darüber hinaus werden wir eine weitere Normalisierung unseres Working Capital durch den gezielten Abbau der Vorräte betreiben.

Das Jahr 2001 ist durch ein deutlich schwierigeres Umfeld gekennzeichnet. Trotzdem gehen wir davon aus, dass wir im Geschäftsbereich Home Media Systems unsere mittelfristigen Wachstumsziele auch im Geschäftsjahr 2001 erreichen werden.

Im Geschäftsbereich Telekommunikation haben wir auch in den ersten drei Quartalen 2001 unsere Ziele nicht erreicht. Voraussichtlich wird auch das 4. Quartal durch Verluste gekennzeichnet sein. Entsprechend werden wir alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um sicherzustellen, dass im Geschäftsjahr 2002 keine weiteren Belastungen aus diesem Geschäftsbereich das Konzernergebnis von Loewe beeinträchtigen.

## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2001

(in Mio. Euro)	3. Quartal 2001		3. Quartal 2000		1. – 3. Quartal 2001		1. – 3. Quartal 2000	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>94,4</b>	<b>100,0 %</b>	89,4	100,0 %	<b>265,5</b>	<b>100,0 %</b>	246,0	100,0 %
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 69,9	- 74,0 %	- 66,3	- 74,2 %	- 193,3	- 72,8 %	- 180,2	- 73,3 %
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>24,5</b>	<b>26,0 %</b>	23,1	25,8 %	<b>72,2</b>	<b>27,2 %</b>	65,8	26,7 %
Marketing- und Vertriebskosten	- 16,5	- 17,5 %	- 14,9	- 16,6 %	- 46,7	- 17,6 %	- 42,4	- 17,2 %
Allgemeine Verwaltungskosten	- 2,7	- 2,9 %	- 3,0	- 3,4 %	- 8,2	- 3,1 %	- 7,9	- 3,2 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	1,2	1,3 %	0,0	0,0 %	1,6	0,6 %	0,2	0,1 %
Erträge aus Beteiligungen	0,1	0,1 %	0,1	0,1 %	0,2	0,1 %	0,3	0,1 %
<b>EBIT</b>	<b>6,6</b>	<b>7,0 %</b>	5,3	5,9 %	<b>19,1</b>	<b>7,2 %</b>	16,0	6,5 %
Zinsergebnis	- 0,5	- 0,5 %	- 0,3	- 0,3 %	- 1,3	- 0,5 %	- 0,8	- 0,3 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit/ Ergebnis vor Steuern (EBT)	6,1	6,5 %	5,0	5,6 %	17,8	6,7 %	15,2	6,2 %
Außerordentliche Ergebnisse	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	6,1	6,5 %	5,0	5,6 %	17,8	6,7 %	15,2	6,2 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 2,4	- 2,5 %	- 2,0	- 2,2 %	- 7,1	- 2,7 %	- 6,1	- 2,5 %
Konzernjahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter	3,7	4,0 %	3,0	3,4 %	10,7	4,0 %	9,1	3,7 %
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 0,1	- 0,1 %	0,1	0,1 %	- 0,2	- 0,1 %	0,0	0,0 %
<b>Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>3,6</b>	<b>3,9 %</b>	3,1	3,5 %	<b>10,5</b>	<b>3,9 %</b>	9,1	3,7 %

**KONZERNBILANZ**

ZUM 30. SEPTEMBER 2001

(in Mio. Euro)	30. September 2001	31. Dezember 2000	30. September 2000
<b>AKTIVA</b>			
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	9,8	9,0	8,8
Sachanlagen	52,5	49,7	49,1
Finanzanlagen	0,3	0,3	0,3
	<b>62,6</b>	59,0	58,2
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	61,0	44,4	40,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	75,4	84,1	68,5
Andere kurzfristige Forderungen	3,3	6,3	3,1
Latente Steuerforderungen	0,6	1,0	2,6
Liquide Mittel	0,0	10,3	16,5
	<b>140,3</b>	146,1	131,4
<b>Summe A K T I V A</b>	<b>202,9</b>	205,1	189,6
<b>PASSIVA</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	7,2	7,1	7,1
Kapitalrücklage	44,8	43,6	43,6
Gewinnrücklage	2,5	2,5	0,0
Gewinnvortrag	10,3	4,3	6,8
Jahresüberschuss	10,5	12,0	9,1
	<b>75,3</b>	69,5	66,6
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b>0,8</b>	0,7	0,4
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26,7	27,0	26,9
Steuerrückstellungen	1,0	4,6	5,1
Sonstige Rückstellungen	42,3	43,0	35,8
	<b>70,0</b>	74,6	67,8
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Langfristige Schulden	4,9	5,4	5,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	33,4	39,8	34,2
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	18,5	15,1	14,9
	<b>56,8</b>	60,3	54,8
<b>Summe P A S S I V A</b>	<b>202,9</b>	205,1	189,6

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 30. SEPTEMBER 2001

(in Mio. Euro)	1. – 3. Quartal 2001	1. – 3. Quartal 2000
<b>LAUFENDE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	17,9	15,2
Abschreibungen auf Anlagevermögen	14,9	12,2
Gewinne aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,0	- 0,2
Abnahme/Zunahme der Pensionsrückstellungen	- 0,4	1,1
Ertragsteuerzahlungen	- 9,6	- 5,9
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b>22,8</b>	22,4
Zunahme der Vorräte	- 16,6	- 8,3
Abnahme der Lieferungsforderungen und anderen Aktiva	9,1	7,0
Abnahme der sonstigen Rückstellungen	- 0,7	- 1,9
Abnahme/Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 5,0	8,3
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>9,6</b>	27,5
<b>INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 18,5	- 16,4
Erlöse aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,1	0,1
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 18,4</b>	- 16,3
<b>FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>		
Tilgung von Krediten	- 0,2	- 3,8
Kapitalzufluss aus Mitarbeiteroptionsprogramm	1,3	0,0
Dividendenzahlung	- 6,0	0,0
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 4,9</b>	- 3,8
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>- 13,7</b>	7,4

Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes (in Mio. Euro)	30. September 2001	31. Dezember 2000
Liquide Mittel	0,0	10,3
Kurzfristige Bankschulden	- 5,3	- 1,9
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b>- 5,3</b>	8,4

**LOEWE AG**

Industriestraße 11  
D-96317 Kronach

Postfach 1554  
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) 92 61/99-994  
e-Mail: [loewe@loewe.de](mailto:loewe@loewe.de)  
Internet: [www.loewe.de](http://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  
MSCI Morgan Stanley Capital International Small Cap  
CDAX Gesamt  
CDAX Technology