



## Konzernbericht 1. Halbjahr des Geschäftsjahres 2001

- KOOPERATION MIT BOSE VEREINBART
- UMSATZ UM 9 % GESTEIGERT
- ÜBERPROPORTIONALES EBIT-WACHSTUM VON 17 %
- ERGEBNIS PRO AKTIE STEIGT UM 15 %

**LOEWE.**



#### SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

der Loewe Konzern hat sich auch im ersten Halbjahr 2001 gut weiterentwickelt. Die – wie immer in einem IFA-Jahr – zu verspürende Kaufzurückhaltung der Verbraucher in den Monaten Mai und Juni, die bekannte Konjunktur- und Konsumschwäche in Deutschland, sowie das die Erwartungen von Loewe nicht erfüllende Telekomgeschäft haben das Halbjahresergebnis zwar beeinflusst, aber nicht in erheblichem Maße beeinträchtigt.

Eine anhaltend gute Nachfrage nach den großformatigen Loewe Fernsehern und die Export-Erfolge auch im ersten Halbjahr 2001 (Umsatzplus von 25 %) haben dazu beigetragen, ein deutlich über dem Wettbewerbsumfeld liegendes Ergebnis zu erwirtschaften. Der Umsatz ist im ersten Halbjahr um 9 % auf 171 Mio. Euro angestiegen, das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) überproportional um 17 % auf 12,5 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie hat sich um 15 % auf 0,98 Euro erhöht, da das Zinsergebnis leicht durch die höhere Vorratshaltung belastet war.

Insgesamt sind wir mit dieser Entwicklung sehr zufrieden, da zum Einen die mittelfristige Zielsetzung eines durchschnittlichen Wachstums p. a. von 8 – 10 % beim Umsatz, über 15 % beim Ergebnis und 20 % beim Ergebnis je Aktie für das Gesamtjahr nicht gefährdet erscheint. Auf der anderen Seite hat uns die Entwicklung im Geschäftsbereich Telekommunikation nicht zufriedengestellt. Die nach wie vor nicht termingerechte Belieferung des Marktes mit der Linie 5000 sowie zwischenzeitlich beseitigte Qualitätsprobleme sind die Ursachen für den fehlenden Ergebnisbeitrag.

Strategisches Highlight im ersten Halbjahr 2001 war die Kooperationsvereinbarung mit dem amerikanischen Sound- und Audiospezialisten Bose. Von dieser Partnerschaft erwarten Loewe und Bose nicht nur gemeinsame neue Produkte für den boomenden Home Cinema Markt, sondern auch einen gegenseitigen Knowhow-Austausch bei Entwicklung und Fertigung mit dem Ziel, bestes Bild und besten Ton zusammen zu bringen.

Aber auch in der internen Organisation wurden im ersten Halbjahr 2001 entscheidende Weichenstellungen vorgenommen. Mit dem Start des Loewe Excellence Programms durch die sog. Selbstbewertungsstudie soll die Effektivität der Organisation und aller Prozesse spürbar verbessert werden. Eine der Zielsetzungen dabei ist, dass Loewe sich mit den besten Unternehmen misst und in ca. drei Jahren am europäischen Qualitätspreis teilnimmt. Kurzfristig wird die durchgängige E-Business-Lösung vom Lieferanten über die eigenen Wertschöpfungsstufen bis zu unseren Kunden weiter ausgebaut. Wir zielen damit auf eine weitere wesentliche Stärkung der Leistungsfähigkeit und Profitabilität von Loewe.

Die Hauptversammlung der Loewe AG am 26.06.01 in Berlin wählte unter anderem einen neuen Aufsichtsrat. Wir freuen uns sehr, dass die neu hinzugekommenen Herren Guido Alt, Dr. Sönke Mehrgardt und Dr. Mark Wössner gemeinsam mit Prof. Dr. Eberhard Scheffler, Prof. Dr. Rolf-Dieter Leister und Helmut Ricke weiterhin für herausragende Sachkunde und Managementkompetenz stehen. Unser Dank gilt den ausgeschiedenen Herren Dr. Lothar Späth, Karl Föbel und Bernd Habicht, die sich bei der verantwortungsvollen Wahrnehmung ihres Mandates für die Loewe AG verdient gemacht haben.

Einen der renommiertesten Preise der europäischen Fachpresse wird der Loewe Fernseher Aconda mit dem EISA AWARD erhalten: European Video Design of the Year 2001 – 2002.

Das besondere Ereignis des 3. Quartals 2001 wird die Internationale Funkausstellung (IFA) in Berlin vom 25.08 – 02.09.2001 sein. Neue Loewe Premiumprodukte und Systemlösungen im obersten Marktsegment sollen im Design und mit einer fortentwickelten Chassistechnik die Erfüllung auch spezifischer Kundenwünsche ermöglichen. Damit ist Loewe für die IFA bestens gerüstet, bei der die Konvergenz der Produkte, Netze und Inhalte für den Heim-Bereich im Mittelpunkt stehen wird. Der Fernseher ist bei Loewe als zentrales Gerät eingebunden in intelligente Lösungen für Home Cinema, Multimedia sowie vernetztes Heim.

Loewe ist weiterhin auf einem guten Weg. Wir freuen uns über Ihre Begleitung.

Kronach, im August 2001



Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands

## IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\*

(in Mio. Euro)	2. Quartal 2001	2. Quartal 2000	Veränderung in %	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000	Veränderung in %
<b>Umsatz</b>	<b>77,0</b>	72,5	+ 6	<b>171,1</b>	156,7	+ 9
Inland	<b>36,5</b>	40,2	- 9	<b>84,0</b>	89,1	- 6
Ausland	<b>40,5</b>	32,3	+ 25	<b>87,1</b>	67,6	+ 29
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)**</b>	<b>5,7</b>	5,4	+ 6	<b>12,5</b>	10,7	+ 17
Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter	<b>3,2</b>	3,0	+ 7	<b>6,9</b>	6,0	+ 15
<b>Ergebnis je Aktie in Euro***</b>	<b>0,46</b>	0,43	+ 7	<b>0,98</b>	0,85	+ 15
<b>Vermögenslage</b>						
Eigenkapital	<b>70,4</b>	63,5	+ 11	<b>70,4</b>	63,5	+ 11
Bilanzsumme	<b>184,8</b>	174,9	+ 6	<b>184,8</b>	174,9	+ 6
Eigenkapitalquote in %	<b>38,1</b>	36,3	+ 5	<b>38,1</b>	36,3	+ 5
<b>Weitere Kennzahlen</b>						
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	<b>2,6</b>	5,0	- 48	<b>8,2</b>	25,9	- 68
Investitionen	<b>4,0</b>	7,6	- 47	<b>9,8</b>	10,8	- 9
Abschreibungen	<b>4,8</b>	4,1	+ 17	<b>9,7</b>	8,1	+ 20
Entwicklungskosten	<b>2,8</b>	2,6	+ 8	<b>5,5</b>	5,1	+ 8
<b>Anzahl Mitarbeiter</b>	<b>1.185</b>	1.080	+ 10	<b>1.171</b>	1.077	+ 9

\*) Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 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 Börsengang von 7.075.000 Stück.

### UMSATZ IM 1. HALBJAHR WÄCHST UM 9 % AUF 171 MIO. EURO

Die anhaltenden Versorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren, die übliche Kaufzurückhaltung im Inland vor der Ende August stattfindenden Internationalen Funkausstellung und das ungewöhnlich starke Vorjahresquartal führten zu einer vergleichsweise moderaten Umsatzsteigerung von 6 % im 2. Quartal 2001. Im 1. Halbjahr 2001 konnte trotz des sich verschlechternden Konjunkturklimas und der Konsumschwäche ein Umsatzwachstum von 9 % erzielt werden. Das mittelfristig geplante Wachstumsziel von 8 bis 10 % p.a. wurde folglich trotz des schwierigeren Umfeldes erreicht.

Der Rückgang im Inland von 9 % im 2. Quartal 2001 bzw. 6 % im 1. Halbjahr 2001 resultiert vornehmlich aus Umsatzverlusten im Geschäftsbereich Telekommunikation (– 37 % im 1. Halbjahr 2001). Hier wirkten sich der weiterhin verzögerte Anlauf von neuen Produktlinien und die nicht erreichten Absatzziele bei schnurlosen Telefonen aus. Der Rückgang im Geschäftsbereich Home Media Systems (– 2 % im 1. Halbjahr 2001) ist auf nicht wahrgenommene Umsatzpotenziale als Folge der Versorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren zurückzuführen.

Die Auslandsumsätze wachsen weiterhin dynamisch und konnten im 2. Quartal 2001 um 25 % bzw. im 1. Halbjahr 2001 um 29 % gesteigert werden. Neben den traditionellen Loewe Exportmärkten haben auch neu erschlossene Märkte zu dieser Steigerung beigetragen. Der Auslandsanteil am Umsatz erhöhte sich dadurch gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 8 Prozentpunkte auf über 50 %.

## ÜBERPROPORTIONALES ERGEBNIS- WACHSTUM IM 1. HALBJAHR

Aufgrund eines ungewöhnlich starken Vorjahresquartals liegt das im 2. Quartal 2001 erzielte Wachstum des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) bei lediglich 6 %. Dies entspricht dem Umsatzwachstum. Wie im Bericht zum 1. Quartal des Geschäftsjahres 2001 erläutert, war das EBIT des 1. Quartals 2000 aufgrund von Lieferengpässen durch eine geringe Kapazitätsauslastung belastet. Das 2. Quartal 2000 war dagegen durch eine sehr gute Kapazitätsauslastung und entsprechend hohe Profitabilität begünstigt. Auf der anderen Seite war das 2. Quartal 2001 durch einen Verlust von 0,5 Mio. Euro im Geschäftsbereich Telekommunikation beeinträchtigt.

Der im Vergleich zum Umsatzwachstum im 1. Halbjahr 2001 von 9 % weiterhin überproportionale Anstieg des EBIT um 17 % auf 12,5 Mio. Euro basiert auf dem Umsatzwachstum im Export und dem besseren Produktmix. Die mittelfristige Zielsetzung einer Steigerung von über 15 % wurde somit im ersten Halbjahr erreicht. Die EBIT-Marge stieg gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,6 Prozentpunkte auf 7,3 %.

Als Folge der um 0,3 Mio. Euro gestiegenen Zinsaufwendungen für zusätzliches Working Capital lag der Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter im 1. Halbjahr 2001 mit 6,9 Mio. Euro um 15 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der Gewinn je Aktie erhöhte sich gleichfalls um 15 % auf 0,98 Euro. Dieser Wert liegt leicht unter der mittelfristigen Zielsetzung eines durchschnittlichen Wachstums von rund 20 % p.a.

Unter Berücksichtigung der in 1999 gewährten 500.000 Aktienoptionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis von 0,91 Euro pro Aktie. Von diesen Optionen kann eine erste Tranche von bis zu 100.000 Stück voraussichtlich im September 2001 ausgeübt werden.

## GESCHÄFTSVERLAUF IM 1. HALBJAHR 2001

### 1. UMSATZERLÖSE

(in Mio. Euro)	2. Quartal 2001	2. Quartal 2000	Veränderung in %	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000	Veränderung in %
<b>Home Media Systems</b>						
Fernsehen und Multimedia	<b>62,0</b>	57,2	+ 8	<b>136,9</b>	123,0	+ 11
Videorecorder, DVD, Hi-Fi, Zubehör	<b>11,2</b>	11,0	+ 2	<b>25,6</b>	23,6	+ 8
<b>Home Media Systems, gesamt</b>	<b>73,2</b>	68,2	+ 7	<b>162,5</b>	146,6	+ 11
davon Inland	<b>33,9</b>	35,9	- 6	<b>77,7</b>	79,0	- 2
davon Ausland	<b>39,3</b>	32,3	+ 22	<b>84,8</b>	67,6	+ 25
<b>Telekommunikation</b>	<b>3,8</b>	4,2	- 10	<b>8,6</b>	10,0	- 14
davon Inland	<b>2,6</b>	4,2	- 38	<b>6,3</b>	10,0	- 37
davon Ausland	<b>1,2</b>	0,0	~	<b>2,3</b>	0,0	~
<b>Umsatzerlöse, gesamt</b>	<b>77,0</b>	72,4	+ 6	<b>171,1</b>	156,6	+ 9
davon Inland	<b>36,5</b>	40,1	- 9	<b>84,0</b>	89,0	- 6
davon Ausland	<b>40,5</b>	32,3	+ 25	<b>87,1</b>	67,6	+ 29

### GESCHÄFTSBEREICH HOME MEDIA SYSTEMS MIT 11 % UMSATZSTEIGERUNG

#### PRODUKTBEREICH FERNSEHEN/MULTIMEDIA

Der europäische Markt für Fernseh- und Multimediageräte ist im 1. Halbjahr 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres wertmäßig um etwa 5 % gewachsen<sup>1</sup>. Insbesondere in den für Loewe bedeutenden Märkten Großbritannien, Spanien und Italien wurden überproportionale Zuwachsraten erzielt. Das Wachstum konzentrierte sich insbesondere auf die großformatigen Fernseher zu Lasten der Geräte mit kleinformatischen Bildschirmen. Das Marktvolumen in der Bundesrepublik Deutschland veränderte sich dagegen nicht. In den Segmenten, auf die sich Loewe konzentriert, waren die Endverbraucherpreise weitestgehend stabil.

Trotz der anhaltenden Versorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren konnte Loewe schneller als der Markt wachsen und hat den Umsatz im 2. Quartal 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 8 % erhöht. Das Umsatzwachstum konzentrierte sich auf den hochwertigen Bereich. Allerdings wurde das Wachstum erwartungsgemäß durch eine temporäre Kaufzurückhaltung gedämpft, die sich regelmäßig vor der alle zwei Jahre stattfindenden Internationalen Funkausstellung bemerkbar macht.

Der Umsatz im 1. Halbjahr 2001 erhöhte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 11 %. Die Umsätze mit großformatigen Fernseh- und Multimediageräten stiegen trotz der Materialengpässe überproportional

zum Gesamtumsatz. Dennoch konnten in diesem Segment nicht alle Kundenbestellungen ausgeliefert werden. Der Umsatz mit multimedialfähigen sowie mit Plasma-Fernsehgeräten verdoppelte sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der positive Geschäftsverlauf zeigt sich in einer weiter verbesserten Marktposition. Im wachsenden europäischen Markt konnte Loewe den Marktanteil gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,6 Prozentpunkte auf 7,0 %<sup>2</sup> steigern. Im stabilen Inlandsmarkt stieg der Marktanteil gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres gleichfalls um 0,6 Prozentpunkte auf 13 %<sup>3</sup>.

#### **PRODUKTBEREICH VIDEORECORDER, DVD, HI-FI**

In den Produktbereichen DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi und Zubehör wuchs der Umsatz in 2001 im 2. Quartal um 2 % und im 1. Halbjahr um 8 %. Der Umsatz bei Hi-Fi und Zubehör wurde wiederum überproportional gesteigert. Aufgrund der rückläufigen Preise sowohl bei den Videorecordern als auch bei den DVD-Playern wurde aus Ertragsgründen auf Umsatzpotenziale verzichtet.

#### **UMSATZEINBÜßEN IM GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION DURCH WEITERHIN VERZÖGERTE PRODUKTANLÄUFE**

Bei den schnurlosen Telefonen lag das wertmäßige Marktvolumen im Inland durch rückläufige Endverbraucherpreise geringfügig unter dem Vorjahr, bei den Anrufbeantwortern fiel es um 18 % zurück. Aufgrund der anhaltenden Anlaufverzögerungen bei neuen Produkten ging der Marktanteil bei den schnurlosen DECT-Telefonen von 7,1 % in 2000 auf 4,6 % zurück<sup>3</sup>, während er bei den Anrufbeantwortern unverändert auf dem hohen Niveau von 44 %<sup>3</sup> verblieb.

Die anhaltenden Anlaufverzögerungen neuer Produkte und deutliche Preisenkungen der Wettbewerber bei schnurlosen Telefonen bewirkten in 2001 im 2. Quartal einen Umsatzrückgang um 10 % und im 1. Halbjahr um 14 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dabei konnte der deutliche Rückgang im Inland durch zusätzliche Umsätze in neu erschlossenen europäischen Märkten teilweise kompensiert werden.

#### **AUSLANDSANTEIL AM UMSATZ AUF ÜBER 50 % GESTIEGEN**

Entsprechend der strategischen Zielsetzung wurde das Auslandsgeschäft weiter ausgebaut. Die Umsatzsteigerung im 1. Halbjahr 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres betrug 29 %. Vom Zuwachs betreffen 17,2 Mio. Euro den Geschäftsbereich Home Media Systems und 2,3 Mio. Euro den Geschäftsbereich Telekommunikation.

Die Umsätze in den bislang umsatzstärksten Ländern Benelux, Frankreich, Großbritannien, Italien, Schweiz und Spanien nahmen um insgesamt 19 % zu. Höhere Steigerungsraten wurden in Osteuropa sowie in Australien erzielt. Erste Umsätze wurden in den neuen Märkten Indien und Singapur realisiert.

## 2. ERGEBNIS

EBIT (in Mio. Euro)	2. Quartal 2001	2. Quartal 2000	Veränderung in %	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000	Veränderung in %
Home Media Systems	6,2	5,8	+ 7	13,0	11,3	+ 15
Telekommunikation	- 0,5	- 0,4	- 25	- 0,5	- 0,6	+ 17
EBIT, gesamt	5,7	5,4	+ 6	12,5	10,7	+ 17
EBIT-Marge in %	7,4	7,5	- 1	7,3	6,7	+ 9

Die im 2. Quartal 2001 erzielte Ergebnissteigerung fiel erwartungsgemäß moderat aus; sie entspricht dem erzielten Umsatzwachstum. Wie im Bericht zum 1. Quartal des Geschäftsjahres 2001 erläutert, war das Vorjahresquartal aufgrund von Lieferengpässen bei elektronischen Bauelementen durch eine geringere Kapazitätsauslastung und unzufriedenstellende Lieferfähigkeit belastet. Die Produktions- und Lieferrückstände aus dem vorhergehenden Quartal wurden im 2. Quartal 2000 aufgeholt. Das außergewöhnlich erfolgreiche Vorjahresquartal ist folglich eine wesentliche Ursache für diese moderate EBIT-Steigerung im 2. Quartal 2001. Bei Betrachtung des ersten Halbjahres 2001 gleichen sich die quartalsbezogenen Effekte aus. Bei einem Umsatzwachstum von 9 % ergibt sich eine überproportionale Steigerung des EBIT um 17 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Diese resultiert in erster Linie aus dem besseren Produktmix und dem dynamischen Exportwachstum.

Im Geschäftsbereich Home Media Systems konnte die EBIT-Marge im 1. Halbjahr 2001 durch die Konzentration auf die attraktiven Segmente der großformatigen und multimediefähigen Fernsehgeräte weiter verbessert werden.

Nach dem ausgeglichenen EBIT des Geschäftsbereiches Telekommunikation im 1. Quartal 2001 ist im 2. Quartal ein Verlust von rund 0,5 Mio. Euro eingetreten. Neben dem weiterhin verzögerten Anlauf neuer Produkte haben sich nicht erreichte Absatzziele und höhere Gewährleistungsaufwendungen für mittlerweile beseitigte Qualitätsprobleme niedergeschlagen.

Auf Konzernebene ermöglichten die Konzentration auf ertragsstarke Produkte, das Umsatzwachstum im Export sowie stabile Verkaufspreise im 1. Halbjahr 2001 eine Steigerung des Bruttoergebnisses vom Umsatz um 0,6 Prozentpunkte auf 27,9 %. Innerhalb der Herstellungskosten konnten die gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um nur noch etwa 1,5 % gestiegenen Materialeinkaufspreise durch Rationalisierungsmaßnahmen und Volumeneffekte mehr als ausgeglichen werden.

Die um 2,7 Mio. Euro erhöhten Marketing- und Vertriebskosten betragen unverändert 17,7 % vom Umsatz. Der Anstieg resultiert aus höheren Logistik- und Werbekosten sowie aus dem Ausbau der Export- und Marketingaktivitäten in beiden Geschäftsbereichen.

Die um 0,6 Mio. Euro gestiegenen Verwaltungskosten betragen nahezu unverändert 3,2 % vom Umsatz.

Die zusätzliche Kapitalbindung im Working Capital durch deutlich höhere Vorräte bewirkte einen Anstieg des Zinsaufwandssaldos um 0,3 Mio. Euro bzw. 0,3 Prozentpunkte auf 0,5 % vom Umsatz.

### 3. INVESTITIONEN

(in Mio. Euro)	<b>Investitionen</b>		<b>Abschreibungen</b>	
	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>	2,8	2,6	2,8	2,5
<b>Sachanlagen</b>	7,0	8,0	6,9	5,6
<b>Finanzanlagen</b>	0,0	0,2	0,0	0,0
<b>Investitionen/ Abschreibungen, gesamt</b>	<b>9,8</b>	<b>10,8</b>	<b>9,7</b>	<b>8,1</b>

Die Investitionen des 1. Halbjahres 2001 lagen mit 9,8 Mio. Euro abrechnungsbedingt unter den Investitionen des Vergleichszeitraums des Vorjahres. Sie betreffen im Wesentlichen aktivierungspflichtige Entwicklungskosten in Höhe von 2,4 Mio. Euro, kapazitätsbedingte Investitionen in automatische Bestückungsanlagen in Höhe von 1,7 Mio. Euro und Werkzeuge für neue Produkte sowie Investitionen, die der Rationalisierung und Kapazitätserweiterung dienen.

Die Abschreibungen des 1. Halbjahres 2001 lagen mit 9,7 Mio. Euro um 20 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres, da in 2001 die Abschreibungen für die neue Endeinbaulinie und andere Kapazitätserweiterungen des Vorjahres wirksam geworden sind.

#### 4. WEITERER AUFBAU DER VORRÄTE ERHÖHT WORKING CAPITAL

(in Mio. Euro)	30. Juni 2001	31. Dezember 2000	30. Juni 2000
<b>Anlagevermögen</b>	<b>59,1</b>	59,0	56,6
<b>Working Capital</b>	<b>49,6</b>	44,8	31,3
<b>Eigenkapital</b>	<b>70,4</b>	69,5	63,5
<b>Anteile im Fremdbesitz</b>	<b>0,8</b>	0,7	0,3
<b>Netto-Schulden</b>	<b>37,5</b>	33,6	24,1

Die Bilanzstruktur zum 30. Juni 2001 ist im Vergleich zum 31. Dezember 2000 im Wesentlichen unverändert geblieben. Dem Aufbau des Working Capital um 4,8 Mio. Euro auf 49,6 Mio. Euro entspricht ein Anstieg der Netto-Schulden in Höhe von 3,9 Mio. Euro auf 37,5 Mio. Euro. Das Eigenkapital von 70,4 Mio. Euro blieb beinahe unverändert, da der im 1. Halbjahr 2001 erzielte Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter von 6,9 Mio. Euro die im Juni ausgezahlte Dividende für das Geschäftsjahr 2000 von 6,0 Mio. Euro knapp überstieg.

Gegenüber dem 31. Dezember 2000 haben sich innerhalb des Working Capital entsprechend dem üblichen saisonalen Verlauf die Lieferungsorderungen und anderen Aktiva um 26,7 Mio. Euro sowie die Sonstigen Rückstellungen, Lieferantenverbindlichkeiten und anderen Passiva um 13,1 Mio. Euro reduziert.

(in Mio. Euro)	30. Juni 2001	31. Dezember 2000	30. Juni 2000
<b>Vorräte</b>	<b>62,8</b>	44,4	36,0
<b>Lieferungsorderungen und andere Aktiva</b>	<b>61,1</b>	87,8	52,8
<b>Sonstige Rückstellungen</b>	<b>- 41,3</b>	- 43,0	- 31,8
<b>Lieferungsverbindlichkeiten und andere Passiva</b>	<b>- 33,0</b>	- 44,4	- 25,7
<b>Working Capital</b>	<b>49,6</b>	44,8	31,3

Dagegen stand eine Erhöhung der Vorräte gegenüber dem 31. Dezember 2000 um 18,4 Mio. Euro.

(in Mio. Euro)	30. Juni 2001	31. Dezember 2000	30. Juni 2000
<b>Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertige Erzeugnisse</b>	<b>20,9</b>	17,6	15,1
<b>Fertige Erzeugnisse und Waren</b>	<b>41,9</b>	26,8	20,9
<b>Vorräte</b>	<b>62,8</b>	44,4	36,0

Der Aufbau der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertigen Erzeugnisse um 3,3 Mio. Euro auf 20,9 Mio. Euro erfolgte gezielt zur Sicherstellung der Auslastung der Produktionskapazitäten. Aufgrund der unsicheren Versorgung insbesondere bei großformatigen Bildröhren ist es erforderlich, deutlich höhere Sicherheitsvorräte bereitzuhalten, um auf kurzfristige Änderungen bei den Bildröhrenlieferungen ohne Produktionsausfall reagieren zu können.

Der Anstieg der fertigen Erzeugnisse und Waren gegenüber dem 31. Dezember 2000 um 15,1 Mio. Euro auf 41,9 Mio. Euro entspricht zum Teil dem üblichen saisonalen Verlauf. Die überplanmäßigen Bestände betreffen im weitaus größten Umfang den Geschäftsbereich Home Media Systems, in dem die Fertigung normalformatiger Fernseh- und Multimediageräte vorgezogen wurde. Damit konnten Produktionsausfälle im 2. Quartal 2001 vermieden und zugleich Kapazitäten zur Fertigung von Fernseh- und Multimediageräten mit großformatigen Bildröhren im 2. Halbjahr freigehalten werden. Die höheren Bestände im Geschäftsbereich Telekommunikation resultieren im Wesentlichen aus der im 2. Quartal 2001 wirksam gewordenen Absatzschwäche im Inland.

Beim Vergleich der gegenüber dem Stand zum 30. Juni 2000 verdoppelten Bestände an fertigen Erzeugnissen und Waren ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr Versorgungsengpässe bei elektronischen Bauelementen und schnurlosen Telefonen zu einem atypischen Abbau der Bestände an fertigen Erzeugnissen und Waren geführt hatten.

## 5. CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DURCH HÖHERES WORKING CAPITAL BELASTET

(in Mio. Euro)	1. Halbjahr 2001	1. Halbjahr 2000
<b>Cashflow aus</b>		
laufender Geschäftstätigkeit	8,2	25,9
Investitionstätigkeit	- 9,8	- 10,8
Finanzierungstätigkeit	- 5,8	- 2,0
<b>Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b>- 7,4</b>	13,1

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit liegt trotz der verbesserten Ertragslage mit 8,2 Mio. Euro um 17,7 Mio. Euro unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Neben den um 2,7 Mio. Euro höheren Steuerzahlungen ist hierfür die Entwicklung des Working Capital verantwortlich, das im Vergleichszeitraum des Vorjahres um 12,2 Mio. Euro abgebaut und im 1. Halbjahr 2001 um 4,8 Mio. Euro aufgebaut worden war.

Von dieser Abweichung in der Veränderung des Netto-Umlaufvermögens von 17,0 Mio. Euro betreffen 14,7 Mio. Euro die Vorräte, die umsatz- und saisonbedingt anstiegen. Darüber hinaus wurden die Bestände zur Sicherstellung der Produktionsauslastung im 1. Halbjahr aufgestockt.

Der Zahlungsmittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 9,8 Mio. Euro liegt abrechnungsbedingt um 1,0 Mio. Euro unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 5,8 Mio. Euro betrifft im Wesentlichen die im Juni erfolgte Ausschüttung der Dividende von 6,0 Mio. Euro.

## HAUPTVERSAMMLUNG AM 26. JUNI 2001

Die Hauptversammlung der Loewe AG in Berlin am 26. Juni 2001 hat u.a. folgende Beschlüsse gefasst:

Der im Jahresabschluss der Gesellschaft ausgewiesene Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2000 in Höhe von 6,2 Mio. Euro wird zur Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 6,0 Mio. Euro verwandt und 0,2 Mio. Euro auf neue Rechnung vorgetragen. Die Dividende von 0,85 Euro je Stückaktie wurde am 27. Juni 2001 ausbezahlt.

Außerdem wurde der Aufsichtsrat neu gewählt, der sich nach seiner Konstituierung wie folgt zusammensetzt:

Prof. Dr. Eberhard Scheffler, Hamburg, Vorsitzender  
Wirtschaftsprüfer  
Ehemaliges Mitglied des Vorstands der BATIG Gesellschaft für  
Beteiligungen mbH und ehemaliger stellvertretender  
Vorstandsvorsitzender der BAT Cigarettenfabriken GmbH

Dr. Mark Wössner, München, stellvertretender Vorsitzender  
Ehemaliger Vorstandsvorsitzender und Vorsitzender des  
Aufsichtsrats der Bertelsmann AG

Guido Alt, Stuttgart  
Vorsitzender des Vorstands der Caatosee AG

Prof. Dr. Rolf-Dieter Leister, Luzern  
Wirtschaftsberater

Dr. Sönke Mehrgardt, München  
Mitglied des Vorstands der Infineon Technologies AG

Helmut Ricke, Krefeld  
Ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der  
Deutsche Telekom AG

Die Hauptversammlung hat weiterhin dem Abschluss eines Ergebnisabführungsvertrages zwischen der Loewe AG und der Loewe Opta GmbH mit Wirkung vom 1. Januar 2001 zugestimmt. Dieser war im Hinblick auf geänderte steuerliche Bestimmungen zur Organschaft erforderlich, um Nachteile aus ab 2001 steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen zu vermeiden. Im Rahmen des Vertrages wird einem Mitglied des Vorstands der Loewe AG, das seit 1997 einen Geschäftsanteil von 1 % am Stammkapital der Loewe Opta GmbH hält, gemäß § 304 AktG eine jährliche Ausgleichszahlung in Höhe von 73,6 T-Euro gezahlt. Die Angemessenheit des jährlichen Ausgleichsbetrages wurde von dem gemäß § 293 b und c AktG berufenen Wirtschaftsprüfer festgestellt.

## **STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT MIT BOSE**

Die Bose Inc., Framingham/USA, und die Loewe AG haben eine strategische Partnerschaft vereinbart mit dem Ziel, integrierte Produktlösungen für den Home Cinema Markt anzubieten, die in Technik und Design perfekt harmonisieren.

Der Name Bose steht weltweit für hervorragende Klangwiedergabe, kompromisslose Qualität und führende Innovationskraft in der Audiotechnologie. Loewe hat sich in den letzten Jahren zu einem Lösungsanbieter für Home Multimedia Systeme entwickelt und nimmt in Europa bei hochwertigen Designfernsehgeräten eine Spitzenstellung ein.

Erstes Ergebnis der Zusammenarbeit wird die Nutzung der Home Theatre-Anlage Lifestyle 50 von Bose sowie der Fernseh- und Multimediageräte, Videorecorder und DVD-Player von Loewe durch eine einzige Fernbedienung sein. Das neue Produkt wird im 3. Quartal 2001 auf den Markt kommen.

In einer zweiten Phase wird Loewe eine neue Home Cinema Produktlinie auf der Funkausstellung in Berlin Ende August 2001 präsentieren. Die Home Cinema Sound-Komponenten der neuen Produktlinie sind im typischen Loewe Design gestaltet und verfügen über ein einzigartiges Satelliten-Lautsprechersystem, das von Bose und Loewe gemeinsam entwickelt und produziert wird. Die Sound-Komponenten dieses neuen Loewe Home Cinema Systems werden den Hinweis „Sound by Bose“ tragen.

Laut GfK-Marktanalysen in Europa und der Intelect Marktforschung in den USA ist der Home Cinema Markt einer der Bereiche der Unterhaltungselektronik mit größtem Wachstum. Das Segment, zu dem die neuen Produkte gehören werden, wuchs in 2000 z.B. in der Bundesrepublik Deutschland um 62 Prozent<sup>4</sup>.

Bose und Loewe verbindet das große Interesse, mit innovativen Home Entertainment Produkten diese hervorragenden Marktchancen zu nutzen und daraus profitables Wachstum für beide Unternehmen zu generieren.

## **ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN MIT SCHWERPUNKT MULTIMEDIA UND HOME CINEMA**

Im 1. Halbjahr 2001 lag ein wesentlicher Schwerpunkt in der Entwicklung einer neuen, richtungsweisenden 100-Hz-Chassis-Plattform für Fernseh- und Multimediageräte. Die Entwicklungen sind planmäßig vorangeschritten, so dass die neue Chassisgeneration ab dem 4. Quartal 2001 in allen 100-Hz-Geräten zum Einsatz kommen kann. Wesentliche Merkmale dieses Chassis sind ein höherer Bedienungskomfort durch eine leistungsfähigere Bedieneroberfläche sowie größere Flexibilität in der Produktion bei der Erfüllung von spezifischen Kundenwünschen für digitales Fernsehen und den Empfang des Internet auf dem Bildschirm. Weitere zentrale Themen waren die Ausweitung der Multimedia-Produktpalette sowie der Einstieg in die Vernetzung elektronischer Geräte im Haushalt mit einem zur Kommunikationszentrale weiterentwickelten Fernsehgerät. Dazu gehört auch die Kooperation mit dem Institut für Rundfunktechnik, München, zur Generierung eines universellen Standards, welcher künftig dem Kunden, unabhängig vom Gerätehersteller, Netzbetreiber und Inhaltsanbieter, den Zugriff auf digitale Dienste verschiedener Anbieter auf Basis einer einheitlichen Plattform gewährleisten soll.

Einen neuen Entwicklungsschwerpunkt stellten die Aktivitäten im Bereich Home Cinema dar. In diesem Segment werden umfassende Systemlösungen mit großem, brillantem Bild und perfektem Raumklang entwickelt. Durch die Kooperation mit Bose und eigene Entwicklungen auf dem Audiogebiet konnte die Soundkompetenz nachhaltig gestärkt werden.

Auf dem Gebiet der Fernsehgeräte mit Displays von über 40 Zoll sind Grundlagenaktivitäten für Rückprojektion auf DLP (Digital Light Processing)-Basis durchgeführt worden. Auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung werden erste Ergebnisse vorgestellt.

## NEUE MEDIENKAMPAGNE UND PRODUKTE ZUR STÄRKUNG DER MARKE

Die weitere Entwicklung der Höherpositionierung unserer Marke wurde in der neuen Kommunikationsstrategie umgesetzt. Erste Resultate zeigen sich in der Gestaltung der Printmedien und in der im Juni in Deutschland gestarteten Medienkampagne.

Die Loewe Kompetenz für exzellentes Design wurde erneut bestätigt. Vom Design Zentrum Nordrhein-Westfalen erhielt die neue Produktlinie Vitros zusammen mit dem Hartmut S. Engel Design Studio die Auszeichnung „red dot: best of the best“.

Als führendes Unternehmen im Segment Home Cinema hat Loewe die erfolgreiche multimediefähige Fernsehgerätefamilie Aconda durch die Produktlinie Aconda 9581 select erweitert, welche Fernsehen zum Home Cinema in höchster Perfektion macht. 81-cm-Real-Flat-Bildröhre, Dolby Digital und Subwoofer im Standgerät vereinen bestechend klare Bilder mit brillantem Klang.

Im Juni wurde das neue Loewe Digital-TV-Gerät Cantus 3972 in den Markt eingeführt. Das eingebaute Digitalmodul decodiert alle Free-to-Air Satelliten-Programme und öffnet damit das Empfangsfenster für bereits über 500 TV- und Radioprogramme erstmals auch bei Standardgeräten.

Im 1. Halbjahr gab es wieder herausragende Testergebnisse für Loewe Produkte. Besonders hervorzuheben ist hier das Ergebnis des ersten Vergleichstests von Fernsehgeräten in der neuen TFT-LCD (Thin Flat Tube – Liquid Crystal Display)-Technologie in der Zeitschrift Video 6/2001. Der Loewe FL 38 erzielte auf Anhieb den ersten Platz.

Einen besonderen Stellenwert hat die dem Loewe Aconda 9581 ZWH von der EISA European Imaging and Sound Association, einer Organisation von vierzig führenden europäischen Video und Audio Magazinen, zuerkannte Auszeichnung „European Video Design of the Year 2001 – 2002“.

In einer Studie der GfK über die Händlerzufriedenheit im deutschen Elektrofachhandel hat Loewe im Juni 2001 den ersten Platz unter den am Markt konkurrierenden Marken erzielt. Für diese hervorragende Bewertung waren insbesondere das Firmenimage, die Preis- und Produktpolitik sowie der Lieferservice ausschlaggebend.

## SCHAFFUNG ZUSÄTZLICHER ARBEITSPLÄTZE

Bei einem Umsatzwachstum von 9 % hat sich die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter im 1. Halbjahr 2001 gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ebenfalls um 9 % auf 1.171 Mitarbeiter erhöht. Von dem Aufbau um 94 Personen betreffen 56 die Produktion, 15 die Entwicklung, 16 Marketing und Vertrieb sowie 7 Personen andere Bereiche.

Bei einer wertmäßigen Produktionsausweitung im 1. Halbjahr 2001 von rund 25 % wurden im direkten Produktionsprozess 12 % mehr Mitarbeiter als im Vergleichszeitraum des Vorjahres eingesetzt. Die überproportionale Aufstockung der personellen Kapazitäten in Entwicklung, Marketing und Vertrieb erfolgte im Hinblick auf die Ausweitung des Multimediaangebotes und der Exportaktivitäten.

## AUSBLICK

Trotz des schwierigeren Umfeldes war das 1. Halbjahr 2001 für Loewe erfolgreich. Die mittelfristigen Wachstumsziele, den Umsatz um 8 bis 10 % und das EBIT um über 15 % zu steigern, wurden realisiert. Die Steigerung des Ergebnisses je Aktie von 15 % blieb als Folge höherer Zinsaufwendungen jedoch unter der Zielsetzung von 20 %.

Im zweiten Halbjahr werden insbesondere von der Internationalen Funkausstellung Ende August nachhaltige Impulse erwartet. Loewe wird seinen Anspruch als führender Anbieter bei multimedialen Systemlösungen mit neuen Produkten untermauern. Insbesondere die vielversprechende Kooperation zwischen Loewe und dem amerikanischen Audiospezialisten Bose bildet die Basis für neue Home Cinema Systeme, die bestes Bild und besten Ton vereinen.

Darüber hinaus wird im Geschäftsbereich Home Media Systems erwartet, dass sich im dritten Quartal die Versorgungssituation bei großformatigen Bildröhren grundlegend verbessert und folglich auch das überhöhte Working Capital schrittweise reduziert werden kann.

Im Geschäftsbereich Telekommunikation wird aufgrund der aktuellen inländischen Marktsituation und der weiterhin bestehenden Verzögerungen bei der Einführung der neuen Premiumlinie das für 2001 geplante ausgeglichene Ergebnis voraussichtlich nicht erreicht.

Insgesamt sind wir trotz der schwierigeren Rahmenbedingungen weiterhin zuversichtlich, die mittelfristigen Wachstumsziele auch im Geschäftsjahr 2001 zu realisieren.

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

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

(in Mio. Euro)	April bis Juni 2001		April bis Juni 2000		Januar bis Juni 2001		Januar bis Juni 2000	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>77,0</b>	<b>100,0 %</b>	72,4	100,0 %	<b>171,1</b>	<b>100,0 %</b>	156,6	100,0 %
<b>Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen</b>	<b>- 54,6</b>	<b>- 70,9 %</b>	- 51,0	- 70,4 %	<b>- 123,4</b>	<b>- 72,1 %</b>	- 113,9	- 72,7 %
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>22,4</b>	<b>29,1 %</b>	21,4	29,6 %	<b>47,7</b>	<b>27,9 %</b>	42,7	27,3 %
<b>Marketing- und Vertriebskosten</b>	<b>- 14,4</b>	<b>- 18,7 %</b>	- 13,9	- 19,2 %	<b>- 30,2</b>	<b>- 17,7 %</b>	- 27,5	- 17,7 %
<b>Allgemeine Verwaltungskosten</b>	<b>- 2,7</b>	<b>- 3,5 %</b>	- 2,4	- 3,3 %	<b>- 5,5</b>	<b>- 3,2 %</b>	- 4,9	- 3,1 %
<b>Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5 %</b>	0,2	0,3 %	<b>0,4</b>	<b>0,2 %</b>	0,2	0,1 %
<b>Erträge aus Beteiligungen</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0 %</b>	0,1	0,1 %	<b>0,1</b>	<b>0,1 %</b>	0,2	0,1 %
<b>EBIT</b>	<b>5,7</b>	<b>7,4 %</b>	5,4	7,5 %	<b>12,5</b>	<b>7,3 %</b>	10,7	6,7 %
<b>Zinsergebnis</b>	<b>- 0,4</b>	<b>- 0,5 %</b>	- 0,3	- 0,4 %	<b>- 0,8</b>	<b>- 0,5 %</b>	- 0,5	- 0,2 %
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit/ Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>5,3</b>	<b>6,9 %</b>	5,1	7,1 %	<b>11,7</b>	<b>6,8 %</b>	10,2	6,5 %
<b>Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>	<b>- 2,1</b>	<b>- 2,7 %</b>	- 2,1	- 2,9 %	<b>- 4,7</b>	<b>- 2,7 %</b>	- 4,1	- 2,6 %
<b>Konzernjahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>3,2</b>	<b>4,2 %</b>	3,0	4,2 %	<b>7,0</b>	<b>4,1 %</b>	6,1	3,9 %
<b>Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0 %</b>	0,0	0,0 %	<b>- 0,1</b>	<b>- 0,1 %</b>	- 0,1	0,0 %
<b>Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>3,2</b>	<b>4,2 %</b>	3,0	4,2 %	<b>6,9</b>	<b>4,0 %</b>	6,0	3,9 %

**BILANZ**

ZUM 30. JUNI 2001

(in Mio. Euro)	30. Juni 2001	31. Dezember 2000	30. Juni 2000
<b>AKTIVA</b>			
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	9,1	9,0	8,4
Sachanlagen	49,7	49,7	47,9
Finanzanlagen	0,3	0,3	0,3
	<b>59,1</b>	<b>59,0</b>	<b>56,6</b>
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	62,8	44,4	36,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	55,6	84,1	49,5
Andere kurzfristige Forderungen	5,6	6,3	7,5
Latente Steuerforderungen	0,7	1,0	3,1
Liquide Mittel	1,0	10,3	22,2
	<b>125,7</b>	<b>146,1</b>	<b>118,3</b>
<b>Summe A K T I V A</b>	<b>184,8</b>	<b>205,1</b>	<b>174,9</b>
<b>PASSIVA</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	7,1	7,1	7,1
Kapitalrücklage	43,6	43,6	43,6
Gewinnrücklage	2,5	2,5	0,0
Gewinnvortrag	10,3	4,3	6,8
Jahresüberschuss	6,9	12,0	6,0
	<b>70,4</b>	<b>69,5</b>	<b>63,5</b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26,4	27,0	26,3
Steuerrückstellungen	0,5	4,6	8,7
Sonstige Rückstellungen	41,3	43,0	31,8
	<b>68,2</b>	<b>74,6</b>	<b>66,8</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>			
Langfristige Schulden	4,9	5,4	6,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	25,2	39,8	21,7
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	15,3	15,1	16,4
	<b>45,4</b>	<b>60,3</b>	<b>44,3</b>
<b>Summe P A S S I V A</b>	<b>184,8</b>	<b>205,1</b>	<b>174,9</b>

## KAPITALFLUSSRECHNUNG

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

(in Mio. Euro)	Januar bis Juni 2001	Januar bis Juni 2000
<b>LAUFENDE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	11,7	10,2
Abschreibungen auf Anlagevermögen	9,7	8,1
Abnahme/Zunahme der Pensionsrückstellungen	- 0,7	0,4
Ertragsteuerzahlungen	- 7,7	- 5,0
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b>13,0</b>	<b>13,7</b>
Zunahme der Vorräte	- 18,4	- 3,7
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	26,6	25,8
Abnahme der sonstigen Rückstellungen	- 1,7	- 6,0
Abnahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 11,3	- 3,9
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>8,2</b>	<b>25,9</b>
<b>INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 9,8	- 10,8
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 9,8</b>	<b>- 10,8</b>
<b>FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>		
Tilgung von Krediten	- 5,9	- 2,0
Aufnahme von Krediten	6,1	0,0
Dividendenzahlung	- 6,0	0,0
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 5,8</b>	<b>- 2,0</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>	<b>- 7,4</b>	<b>13,1</b>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes (in Mio. Euro)	30. Juni 2001	31. Dezember 2000	Veränderung
Liquide Mittel	1,0	10,3	- 9,3
Kurzfristige Bankschulden	0,0	- 1,9	1,9
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b>1,0</b>	<b>8,4</b>	<b>- 7,4</b>

**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