



Konzernbericht 1. Quartal des Geschäftsjahres 2001

- WACHSTUMSZIELE ÜBERTROFFEN
- UMSATZ UM 12 % GEWACHSEN
- EBIT UM 28 % HÖHER
- ERGEBNIS PRO AKTIE UM 23 % GESTEIGERT

LOEWE.



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

der Loewe Konzern ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Bei einem Umsatzwachstum im 1. Quartal von 12 % auf 94,1 Mio. Euro wurde eine überproportionale Ergebnissteigerung um 28 % auf 6,8 Mio. Euro erreicht. Dies resultiert in erster Linie aus dem besseren Produktmix bei Loewe Fernsehern. Zu berücksichtigen ist jedoch auch, dass im vergleichbaren Vorjahreszeitraum die Herstellungskosten höher und damit das EBIT geringer ausgefallen waren, bedingt durch die damals deutlich schwächere Kapazitätsauslastung.

Das Ergebnis je Aktie ist um 23 % auf 0,52 Euro angestiegen.

Trotz dieses dynamischen Wachstums konnten nicht alle Umsatzpotenziale realisiert werden, da branchenweite Engpässe bei der Verfügbarkeit von Bildröhren bestehen. Dies hat sich bei Loewe im Bereich der großformatigen Bildröhren für Fernseh- und Multimediageräte ausgewirkt. Im Geschäftsbereich Telekommunikation führten die Verzögerungen beim Anlauf einer neuen Premium-Produktlinie zu einem Umsatzrückgang.

Die bei Umsatz und Ergebnis gezeigten Steigerungsraten sind auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass sich der Markt für Consumer Electronics nur sehr verhalten entwickelt hat. Damit bewährt sich wiederum unsere strategische Ausrichtung auf High-End Segmente mit Design-orientierten Multimedia-Lösungen. Darüber hinaus verzeichnet Loewe eine anhaltend starke Entwicklung auf den europäischen Exportmärkten mit einem Zuwachs von insgesamt 32 %.

Besonderes Ereignis im ersten Quartal war der Loewe Auftritt auf der CeBIT in Hannover. Die gemeinsam mit dem ZDF entwickelte Internet-Adresserkennung (zap2web), neue Modelle der erfolgreichen Aconda Familie, schnurlose DECT-Telefone, die zugleich auch als Fernseh-Fernbedienung benutzt werden können, und die Positionierung des Multimedia-Fernsehers als Zentrale im vernetzten Heim fanden gleichsam Beachtung beim Publikum und in den Medien.

In den neu erschlossenen Auslandsmärkten Indien und Singapur haben die ersten Produktauslieferungen begonnen. Der Geschäftsbereich Telekommunikation hat erstmals nennenswerte Auslandsumsätze in Europa realisiert.

Messehighlight des Jahres 2001 wird für uns die Internationale Funkausstellung IFA Ende August 2001 sein, die alle zwei Jahre in Berlin als weltweit wichtigste Consumer Electronics Messe stattfindet. Sie ist entscheidendes Marktbarometer und herausragender Medienevent. Mit einer Neuheiten-Offensive werden wir vor allem unsere Position bei Multimedia und im oberen Marktsegment weiter stärken.

Der Vorstand der Loewe AG ist zuversichtlich, die leicht erhöhten – erst vor kurzem präsentierten – Wachstumsziele bei Umsatz (8 – 10 %), EBIT (>15 %) und Ergebnis je Aktie (ca. 20 %) im Geschäftsjahr 2001 gut zu erreichen.

Kronach, im Mai 2001



Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands

IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN*

(in Mio. Euro)	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000	Veränderung in %
Umsatz	94,1	84,2	+ 12
Inland	47,5	48,9	- 3
Ausland	46,6	35,3	+ 32
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)**	6,8	5,3	+ 28
Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter	3,7	3,0	+ 23
Ergebnis je Aktie in Euro***	0,52	0,42	+ 23
Vermögenslage			
Eigenkapital	73,2	60,5	+ 21
Bilanzsumme	189,5	177,3	+ 7
Eigenkapitalquote in %	38,6	34,1	
Weitere Kennzahlen			
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	5,6	20,9	- 73
Investitionen	5,8	3,2	+ 81
Abschreibungen	4,9	4,0	+ 23
Entwicklungskosten	2,7	2,5	+ 8
Anzahl Mitarbeiter	1.157	1.074	+ 8

*) Der Zwischenabschluss zum 31. März 2001 und der 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 des Quartals wurden entsprechend angepasst.

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

UMSATZ WÄCHST UM 12 % AUF 94 MIO. EURO

Das Umsatzwachstum im 1. Quartal von 12 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres liegt über dem mittelfristig geplanten Wachstumsziel von 8 bis 10 %. Dies wurde erreicht trotz Engpässen bei der Beschaffung von großformatigen Bildröhren für Fernseh- und Multimediageräte sowie Verzögerungen beim Anlauf der neuen Premium-Produktlinie im Geschäftsbereich Telekommunikation. Dadurch konnten die vorhandenen Wachstumspotenziale nicht vollständig ausgenutzt werden.

Der Umsatzrückgang im Inland um 3 % ist ausschließlich auf geringere Telekommunikationsumsätze zurückzuführen. Die Umsätze im Geschäftsbereich Home Media Systems konnten um 2 % gesteigert werden.

Das Auslandsgeschäft wuchs überproportional um 32 %. Der Auslandsanteil am Umsatz erhöhte sich dadurch gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 8 Prozentpunkte und erreichte nahezu 50 %.

UNVERÄNDERT ÜBERPROPORTIONALES ERGEBNISWACHSTUM

Der Anstieg des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 28 % bzw. 1,5 Mio. Euro gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres resultiert aus dem Umsatzwachstum und einem besseren Produktmix. Weiterhin war das EBIT des Vorjahres durch höhere Herstellungskosten belastet, die sich aus einer geringeren Auslastung der Produktionskapazitäten als Folge der damaligen Materialversorgungsengpässe ergeben hatten. Die EBIT-Marge stieg insgesamt um 0,9 Prozentpunkte auf 7,2 %.

Als Folge der um 0,2 Mio. Euro höheren Zinsen für im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gestiegenes Working Capital lag der Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter um 23 % über dem des Vorjahres.

Der Gewinn pro Aktie von 0,52 Euro liegt gleichfalls um 23 % über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

GESCHÄFTSVERLAUF IM 1. QUARTAL 2001

Die Einführung des MediaPlus-Chassis, welches eine Integration von Internet, digitalem Fernsehen (DVB) und Dolby Digital in Fernsehgeräte ermöglicht, lässt die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia zusammenwachsen. Das Fernsehgerät ist bei Loewe immer stärker zum Multimediagerät geworden. Fernsehgerät und Multimediagerät werden in denselben Produktionseinrichtungen hergestellt und auf denselben Distributionswegen vertrieben. Aus diesem Grunde werden beide Geschäftsbereiche zum Geschäftsbereich Home Media Systems zusammengefasst.

1. UMSATZERLÖSE ÜBER PLAN GESTEIGERT

(in Mio. Euro)	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000	Veränderung in %
Home Media Systems			
Fernsehen und Multimedia	74,9	65,8	+ 14
Videorecorder, DVD, Hi-Fi, Zubehör	14,4	12,6	+ 14
Home Media Systems, gesamt	89,3	78,4	+ 14
Telekommunikation	4,8	5,8	- 17
Umsatzerlöse, gesamt	94,1	84,2	+ 12

GESCHÄFTSBEREICH HOME MEDIA SYSTEMS MIT 14 % UMSATZSTEIGERUNG

PRODUKTBEREICH FERNSEHEN/MULTIMEDIA

Trotz der Materialversorgungsengpässe bei großformatigen Bildröhren wurde der Umsatz um 14 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres erhöht. Die Steigerung konzentrierte sich auf den Monat März, als ein Teil der Rückstände aufgrund besserer Bildröhrenversorgung abgebaut werden konnte. Das Wachstum wurde vornehmlich im hochwertigen Bereich realisiert. Die Umsätze mit großformatigen Fernseh- und Multimediageräten konnten trotz unzulänglicher Materialversorgung um 6 % erhöht werden, allerdings übersteigt die dynamisch wachsende Marktnachfrage nach diesen Home-Cinema-Lösungen das verfügbare Angebot. Der Umsatz mit multimediefähigen Fernsehgeräten wuchs um über 50 % und der Umsatz mit Plasma-Fernsehgeräten verdreifachte sich.

PRODUKTBEREICH VIDEORECORDER, DVD, HI-FI

Auch in den Produktbereichen DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi und Zubehör stieg der Umsatz um 14 %. Dabei wurden die rückläufigen Videorecorder-Umsätze durch einen Umsatzzuwachs bei DVD-Playern mehr als kompensiert. Hi-Fi und Zubehör wuchsen überproportional.

**GERINGERER UMSATZ IM
GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION
DURCH VERZÖGERTE PRODUKTANLÄUFE**

Der für das 1. Quartal vorgesehene Anlauf der neuen 5000er Premiumserie wurde aufgrund von Problemen beim Zulieferer verschoben. Deswegen blieb der Umsatz um 17 % unter dem des Vorjahres.

**AUSLANDSANTEIL AM UMSATZ
AUF 50 % GESTIEGEN**

Auch im ersten Quartal wurde entsprechend der strategischen Zielsetzung das Auslandsgeschäft deutlich ausgebaut. Die Umsatzsteigerung von 32 % konzentriert sich mit 10,2 Mio. Euro auf den Geschäftsbereich Home Media Systems. Der Geschäftsbereich Telekommunikation hat mit 1,1 Mio. Euro erstmals nennenswerte Auslandsumsätze realisiert. Die Umsätze in den bislang umsatzstärksten Ländern Belgien, Italien, Spanien, Schweiz, Großbritannien und Frankreich nahmen insgesamt um 21 % zu. Höhere Steigerungsraten gab es in Australien sowie in Osteuropa. Erste Umsätze wurden in den neuen Märkten Hongkong und Singapur realisiert.

2. ÜBERPROPORTIONALE ERGEBNISSTEIGERUNG

EBIT (in Mio. Euro)	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000	Veränderung in %
Home Media Systems	6,8	5,5	+ 24
Telekommunikation	-	- 0,2	~
EBIT, gesamt	6,8	5,3	+ 28
EBIT-Marge in %	7,2	6,3	

Die bei einem Umsatzwachstum von 12 % überproportionale Steigerung des EBIT um 28 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres resultiert in erster Linie aus dem besseren Produktmix. Weiterhin waren die Herstellungskosten und damit das EBIT des Vergleichszeitraumes des Vorjahres durch geringere Kapazitätsauslastung belastet. Gegenüber dem Vorjahresquartal konnte das Produktionsvolumen um rund 30 % gesteigert werden.

Die Steigerung des Ergebnisses wurde in beiden Geschäftsbereichen realisiert. Im Geschäftsbereich Home Media Systems wurde die Konzentration auf großformatige sowie multimediafähige Fernsehgeräte weiter verfolgt. Im Geschäftsbereich Telekommunikation konnte durch den höheren Anteil anspruchsvollerer Produkte unter der Marke Loewe trotz des Umsatzrückgangs ein ausgeglichenes Ergebnis realisiert werden.

Die Konzentration auf ertragsstarke Produkte sowie die höhere Auslastung der Produktionskapazitäten gegenüber dem Vorjahr erbrachte bei stabilen Verkaufspreisen eine Steigerung des Bruttoergebnisses vom Umsatz um 1,6 Prozentpunkte auf 26,9 %. Innerhalb der Herstellungskosten konnten die gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um etwa 2 % gestiegenen Materialeinkaufspreise durch Rationalisierungsmaßnahmen und Volumeneffekte mehr als ausgeglichen werden. In diesem Jahr zeichnet sich eine Entspannung bei den Einkaufspreisen für elektronische Bauelemente ab.

Die Vertriebskosten erhöhten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 2,2 Mio. Euro bzw. 0,7 Prozentpunkte auf 16,8 % vom Umsatz. Der Anstieg ist im Wesentlichen auf höhere Logistik- und Werbekosten zurückzuführen. In den proportional zum Umsatz gestiegenen Kosten der Vertriebsorganisation spiegelt sich der Ausbau der Export- und Marketingaktivitäten in beiden Geschäftsbereichen wider.

Im gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 0,2 Prozentpunkte auf 0,4 % vom Umsatz erhöhten Zinsaufwandssaldo kommen insbesondere die Kosten für die erhöhte Kapitalbindung im Working Capital zur Auswirkung.

3. INVESTITIONEN ÜBER VORJAHR

(in Mio. Euro)	Investitionen		Abschreibungen	
	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000
Immaterielle Vermögensgegenstände	1,6	1,1	1,4	1,3
Sachanlagen	4,2	2,1	3,5	2,7
Investitionen/ Abschreibungen, gesamt	5,8	3,2	4,9	4,0

Die Investitionen des 1. Quartals 2001 lagen mit 5,8 Mio. Euro um mehr als 80 % über den Investitionen des Vergleichszeitraumes des Vorjahres, der abrechnungsbedingt durch ein untypisch geringes Niveau gekennzeichnet war. Sie betrafen Entwicklungskosten (1,2 Mio. Euro) und automatische Bestückungsanlagen, die für die Ausweitung der Produktionskapazitäten bestimmt sind (1,7 Mio. Euro). Daneben umfassen sie Werkzeuge für neue Produkte sowie andere Rationalisierungs- und Kapazitätserweiterungsinvestitionen.

Die Abschreibungen des 1. Quartals 2001 lagen mit 4,9 Mio. Euro um 23 % über den Abschreibungen des Vergleichszeitraumes des Vorjahres.

4. AUFBAU VON VORRÄTEN BELASTET WORKING CAPITAL

(in Mio. Euro)	31. März 2001	31. Dezember 2000	31. März 2000
Anlagevermögen	59,8	59,0	53,1
Working Capital	43,9	44,8	29,3
Eigenkapital	73,2	69,5	60,5
Anteile im Fremdbesitz	0,7	0,7	0,3
Netto-Schulden	29,8	33,6	21,6

Die Bilanzstruktur zum 31. März 2001 ist im Vergleich zum 31. Dezember 2000 im Wesentlichen unverändert geblieben. Das im 1. Quartal erzielte Ergebnis wurde zu einer Reduzierung der Netto-Schulden verwandt.

Innerhalb des Working Capital haben sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechend dem Umsatzvolumen reduziert, das in den jeweiligen vorangehenden Quartalen realisiert wurde.

Dagegen stand eine Erhöhung der Vorräte um 9,5 Mio. Euro, um Schwierigkeiten bei der Versorgung mit großformatigen Bildröhren zu begegnen.

Neben dem Aufbau von Sicherheitsbeständen wirkte sich aus, dass insbesondere Designteile für großformatige Geräte am Lager verblieben. Zur Vermeidung von Produktionsstillständen wurden normalformatige Geräte für den April und Mai zum Teil bereits im 1. Quartal gefertigt. Dadurch erhöhten sich die Fertigwarenbestände zum Quartalsende.

(in Mio. Euro)	31. März 2001	31. Dezember 2000	31. März 2000
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertige Erzeugnisse	20,2	17,6	13,5
Fertige Erzeugnisse und Waren	33,7	26,8	16,5
Vorräte	53,9	44,4	30,0

Gegenüber dem 31. März 2000 ergab sich mit 23,9 Mio. Euro ein noch größerer Anstieg, weil die damaligen Materialversorgungsengpässe bei elektronischen Bauelementen im 1. Quartal 2000 zu Produktionsausfällen und damit zu einem zu starken Abbau der Bestände an fertigen Erzeugnissen und Waren geführt hatten.

5. CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UNTER VORJAHRESNIVEAU

(in Mio. Euro)	1. Quartal 2001	1. Quartal 2000
Cashflow aus		
laufender Geschäftstätigkeit	5,6	20,9
Investitionstätigkeit	- 5,7	- 3,2
Finanzierungstätigkeit	- 5,9	- 0,7
Veränderung des Finanzmittelbestands	- 6,0	17,0

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit liegt trotz der verbesserten Ertragslage mit 5,6 Mio. Euro um 15,3 Mio. Euro unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Die wesentliche Ursache hierfür sind neben um 2,2 Mio. Euro höheren Steuerzahlungen ein um 13,2 Mio. Euro geringerer Abbau des Working Capital. Davon betreffen 11,9 Mio. Euro die Vorräte. Diese waren im 1. Quartal 2000 wegen der erwähnten Materialengpässe um 2,4 Mio. Euro zurückgegangen. Im 1. Quartal 2001 wurden sie dagegen durch verstärkte Produktion normalformatiger Geräte um 9,5 Mio. Euro aufgestockt.

Der Cash-Outflow aus Investitionstätigkeit von 5,7 Mio. Euro liegt um 2,5 Mio. Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres, in dem die Investitionen abrechnungsbedingt niedrig waren.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 5,9 Mio. Euro betrifft mit 5,4 Mio. Euro die Tilgung eines verzinslichen Darlehens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.. Insgesamt verminderte sich der Finanzmittelbestand um 6 Mio. Euro auf 2,4 Mio. Euro gegenüber einem Aufbau des Finanzmittelbestandes von 17,0 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN MIT SCHWERPUNKT MULTIMEDIA

Im 1. Quartal 2001 lag ein wesentlicher Schwerpunkt in der Entwicklung einer neuen, richtungsweisenden 100-Hz-Chassis-Plattform für Fernseh- und Multimediageräte. Diese neue Chassisgeneration soll ab dem 4. Quartal 2001 in allen 100-Hz-Geräten zum Einsatz kommen. Wesentliche Merkmale dieses Chassis sind ein höherer Bedienungskomfort durch eine leistungsfähigere Bedieneroberfläche sowie größere Flexibilität in der Produktion bei

der Erfüllung von spezifischen Kundenwünschen. 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 zur Generierung einer Multimedia-Home-Plattform, welche künftig dem Kunden, unabhängig vom Gerätehersteller, Netzbetreiber und Inhaltsanbieter, den Zugriff auf digitale Dienste verschiedener Anbieter auf Basis einer einheitlichen Plattform gewährleisten soll.

Die Kooperation mit Sharp, als deren Ergebnis Ende 2000 der erste 15"-LCD-Fernseher in der neuen TFT-LCD (Thin Flat Tube – Liquid Crystal Display)-Technologie in den Markt eingeführt worden ist, erweitert sich jetzt um die Entwicklung größerformatiger Fernsehgeräte.

NEUE PRODUKT- UND SERVICE-LÖSUNGEN

Herausragendes Ereignis im 1. Quartal 2001 war die CeBIT. Loewe hat dort Produktneuheiten in den Geschäftsbereichen Home Media Systems und Telekommunikation präsentiert, die auf die Erhöhung des Kundennutzens zielen. Höhere Übertragungsgeschwindigkeiten beim Internet bietet der Zugang zum Breitbandkabelnetz über ein Kabelmodem des Loewe Kooperationspartners 3com. Mehr Unabhängigkeit bei Internetanwendungen ermöglicht ein Modem, welches Telefon- und andere Signale über die Stromleitung des Hauses verteilt. Eine Vereinfachung der Bedienung bewirkt das Zap2Web, eine gemeinsame Entwicklung von Loewe und ZDF. Bei Sendungen kann man online auf Hintergrundinformationen zugreifen, programmbegleitende Internetadressen werden automatisch ins Fernsehbild eingeblendet und mit einem Knopfdruck aktiviert. Dem Bedienungskomfort dient das schnurlose AlphaTel 5000, das zugleich als Fernbedienung für alle Loewe Fernsehgeräte verwendet werden kann.

Ende Februar wurde im Rahmen eines neuen Internet-Auftritts von Loewe ein E-Commerce-Konzept eingeführt, in das der Fachhandel eingebunden ist. Interessierte Kunden können bei www.Loewe.de über eine Konfiguratorfunktion ihr individuelles Produkt hinsichtlich Komponenten, Funktionen und Farben zusammenstellen und über den entsprechenden Handelspartner eine Anfrage starten bzw. eine Bestellung eingeben.

Im Rahmen der weiteren Internationalisierung wurde die Vorbereitung für die Einführung von Loewe Fernsehern in den indischen Markt abgeschlossen. Mit ersten Umsätzen wird im 2. Quartal gerechnet. Auch im Geschäftsbereich Telekommunikation schreitet die Ausweitung des Geschäfts in das europäische Ausland voran. Die Distributionspartner in Belgien, Italien, Spanien, Schweiz und Slowenien haben nunmehr auch Telefone und Anrufbeantworter in ihr Produktprogramm mit aufgenommen.

Herausragende Testergebnisse für Loewe Produkte gab es auch wieder im 1. Quartal 2001:

Sieger in der Klasse der 50-Hz-Geräte wurde im Test der Zeitschrift HiFi Test 1/2001 das Fernsehgerät Cantus. Aus einem Wettbewerbsfeld von sechs Produkten setzte sich in der Zeitschrift Video 3/2001 der Profil, ein 100-Hz-Fernsehgerät im 4 : 3-Format, wegen seines herausragenden Bedienungs- und Klangkonzeptes durch.

Die Zeitschrift Video 2/2001 hat Fernsehgeräte der „Oberklasse mit Design-Ansprüchen“ getestet. Unter den vier Teilnehmern errang das Loewe Gerät Vitros, ein großformatiger, multimediafähiger Fernseher im 16 : 9-Format, den ersten Platz.

In einer Leserumfrage der Zeitschrift Video 2/2001 wurden jeweils mehrere getestete und für besonders empfehlenswert befundene Geräte zur Wahl gestellt. In allen drei Kategorien für Fernsehgeräte lag Loewe mit den Geräten Calida, Aconda und Arcada jeweils auf einem der ersten beiden Plätze.

NEUE ARBEITSPLÄTZE

Bei einem Anstieg des Geschäftsvolumens um 12 % hat sich die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahrs um 8 % auf 1.157 Mitarbeiter erhöht. Von dem Aufbau um 83 Personen betreffen 49 Personen die Produktion, 13 Personen die Entwicklung und 14 Personen Vertrieb und Marketing sowie 7 Personen andere Bereiche.

Bei einer Produktionsausweitung von rund 30 % wurden im direkten Produktionsprozess 12 % mehr Mitarbeiter als im Vergleichszeitraum des Vorjahres eingesetzt. Die überproportionale Aufstockung der personellen Kapazitäten in der Entwicklung, Marketing und Vertrieb erfolgte im Hinblick auf die Ausweitung des Multimedia-Angebotes und der Exportaktivitäten.

AUSBLICK

Das 1. Quartal 2001 war für Loewe erfolgreich. Die mittelfristigen Wachstumsziele, den Umsatz um 8 bis 10 %, das EBIT um über 15 % und das Ergebnis pro Aktie um rund 20 % zu steigern, wurden übertroffen. Dabei konnten nicht alle Umsatzpotenziale durch die branchenweiten Engpässe bei der Verfügbarkeit großformatiger Bildröhren realisiert werden.

Es wird erwartet, dass sich die schwierige Versorgungslage erst im Verlauf des 2. Halbjahres 2001 wieder normalisieren wird. Trotz der moderaten konjunkturellen Rahmenbedingungen sind wir zuversichtlich, die mittelfristigen Wachstumsziele im Geschäftsjahr 2001 zu realisieren.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2001

(in Mio. Euro)	Januar bis März 2001		Januar bis März 2000	
Umsatzerlöse	94,1	100,0 %	84,2	100,0 %
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 68,8	- 73,1 %	- 62,9	- 74,7 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	25,3	26,9 %	21,3	25,3 %
Vertriebskosten	- 15,8	- 16,8 %	- 13,6	- 16,1 %
Allgemeine Verwaltungskosten	- 2,8	- 3,0 %	- 2,5	- 3,0 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	0,0	0,0 %	0,0	0,0 %
Erträge aus Beteiligungen	0,1	0,1 %	0,1	0,1 %
EBIT	6,8	7,2 %	5,3	6,3 %
Zinsergebnis	- 0,4	- 0,4 %	- 0,2	- 0,2 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit/ Ergebnis vor Steuern (EBT)	6,4	6,8 %	5,1	6,1 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 2,6	- 2,8 %	- 2,0	- 2,4 %
Konzernjahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter	3,8	4,0 %	3,1	3,7 %
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 0,1	- 0,1 %	- 0,1	- 0,1 %
Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter	3,7	3,9%	3,0	3,6%

BILANZ

ZUM 31. MÄRZ 2001

(in Mio. Euro)	31. März 2001	31. Dezember 2000	31. März 2000
AKTIVA			
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände	9,2	9,0	8,2
Sachanlagen	50,4	49,7	44,7
Finanzanlagen	0,2	0,3	0,2
	59,8	59,0	53,1
Umlaufvermögen			
Vorräte	53,9	44,4	30,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	67,2	84,1	60,4
Andere kurzfristige Forderungen	5,3	6,3	5,3
Latente Steuerforderungen	0,9	1,0	2,4
Liquide Mittel	2,4	10,3	26,1
	129,7	146,1	124,2
Summe A K T I V A	189,5	205,1	177,3
PASSIVA			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	7,1	7,1	7,1
Kapitalrücklage	43,6	43,6	43,6
Gewinnrücklage	2,5	2,5	0,0
Gewinnvortrag	16,3	16,3	6,8
Jahresüberschuss	3,7	0,0	3,0
	73,2	69,5	60,5
Anteile in Fremdbesitz	0,7	0,7	0,3
Rückstellungen			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26,2	27,0	26,0
Steuerrückstellungen	0,5	4,6	6,4
Sonstige Rückstellungen	43,2	43,0	35,1
	69,9	74,6	67,5
Verbindlichkeiten			
Langfristige Schulden	4,9	5,4	6,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34,5	39,8	25,4
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	6,3	15,1	17,4
	45,7	60,3	49,0
Summe P A S S I V A	189,5	205,1	177,3

KAPITALFLUSSRECHNUNG

FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. MÄRZ 2001

(in Mio. Euro)	Januar bis März 2001	Januar bis März 2000
LAUFENDE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	6,3	5,1
Abschreibungen auf Anlagevermögen	4,9	4,0
Abnahme/Zunahme der Pensionsrückstellungen	- 0,8	0,2
Ertragsteuerzahlungen	- 5,7	- 2,5
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	4,7	6,8
Zunahme/Abnahme der Vorräte	- 9,5	2,4
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	15,2	15,0
Zunahme/Abnahme der sonstigen Rückstellungen	0,2	- 2,7
Abnahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 5,0	- 0,6
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	5,6	20,9
INVESTITIONSTÄTIGKEIT		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 5,8	- 3,2
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	0,1	0,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 5,7	- 3,2
FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT		
Tilgung von Krediten	- 5,9	- 0,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 5,9	- 0,7
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	- 6,0	17,0

Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes (in Mio. Euro)	31. März 2001	31. Dezember 2000	Veränderung
Liquide Mittel	2,4	10,3	- 7,9
Kurzfristige Bankschulden	0,0	- 1,9	1,9
Finanzmittelbestand	2,4	8,4	- 6,0

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
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
MSCI Morgan Stanley Capital International Small Cap
CDAX Gesamt
CDAX Technology