



## KONZERNBERICHT 1. HALBJAHR DES GESCHÄFTSJAHRES 2003

- UMSATZ WEITERHIN DEUTLICH UNTER VORJAHR  
BEI STARK RÜCKLÄUFIGEM MARKT
- NEGATIVES EBIT AUFGRUND DES UMSATZRÜCKGANGS,  
DER NEUORDNUNG DES ITALIEN-GESCHÄFTS UND  
DER KOSTEN FÜR RESTRUKTURIERUNGSMASSNAHMEN
- WEITERER AUSBAU DES PRODUKTSORTIMENTS

**LOEWE.**



## *Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre*

Das Jahr 2003 stellt die Consumer-Electronics-Branche und den Loewe Konzern vor ganz besondere Herausforderungen. Die erkennbaren Verunsicherungen beim Konsumenten haben sich nochmals verstärkt, so dass für das laufende Jahr kaum wesentliche Nachfragebelebung erwartet wird. Immerhin deutete aber der IFO Index zum Verbrauchervertrauen erstmals im Juli 2003 an, dass nach einem Jahr ohne Wachstum des Bruttosozialprodukts in 2004 mit einer deutlichen Verbesserung des Konsumklimas gerechnet werden kann.

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik war im ersten Halbjahr 2003 aufgrund der weiter anhaltenden Zurückhaltung der Konsumenten immer noch rückläufig. Schlechter als im europäischen Durchschnitt entwickelte sich dabei der deutsche Markt. Vor diesem Hintergrund war auch der Geschäftsverlauf bei Loewe im ersten Halbjahr 2003 beeinträchtigt. Der 25 %ige Umsatzrückgang von 175,3 auf 131,9 Mio. Euro führte zu einem negativen EBIT von 9,2 Mio. Euro. Neben den Einmaleffekten aus der Neuordnung des Italien-Geschäfts und Restrukturierungsaufwendungen von zusammen 6 Mio. Euro sind die fehlenden Deckungsbeiträge bei Fernsehern der Premiumklasse für das negative Ergebnis mit ausschlaggebend.

Aus heutiger Sicht ist nicht abzusehen, ob im zweiten Halbjahr 2003 konjunkturelle Einflüsse eine wesentliche Belebung des Geschäftes bewirken. Auch die Internationale Funkausstellung wird trotz der großen Anzahl von neuen Produktangeboten und Systemlösungen von Loewe nur dazu führen, dass der im ersten Halbjahr 2003 eingetretene Umsatz- und Ergebnisrückgang teilkompensiert werden kann.

Von daher sehen wir uns gezwungen, das Nichterreichen der prognostizierten Jahresziele bei Umsatz und EBIT ad hoc bekannt zu geben. Aller Voraussicht nach wird der Umsatz im Geschäftsjahr 2003 unter dem Vorjahreswert liegen, so dass wahrscheinlich kein positives EBIT erreicht werden kann.

Die erforderliche Reduktion des Working Capital über den Abbau des Vorratsvermögens wird erst zum Jahresende eine Entlastung herbeiführen. Dennoch ist die solide finanzielle Situation von Loewe geprägt von der guten Eigenkapitalausstattung und den gesunden Bilanzrelationen.

Das schon im ersten Quartal 2003 aufgesetzte Kostensenkungsprogramm konnte gesteigert und planmäßig umgesetzt werden. Daraus resultiert ein Einsparvolumen von rund 7 Mio. Euro in 2003. Im Rahmen des auf der diesjährigen Hauptversammlung angekündigten Restrukturierungsprogramms wurde der Personalabbau von 60 Personen im indirekten Bereich eingeleitet. Ab 2004 werden hierdurch jährliche Einsparungen von über 3 Mio. Euro pro Jahr ermöglicht.

Entscheidend wird sein, dass es Loewe baldmöglichst gelingt, auf der Umsatzseite wieder zu wachsen. Hierzu müssen insbesondere die neu in den Markt einzuführenden Produkte beitragen. Ab August 2003 ist der Plasma Fernseher Spheros 42 HD mit 106 cm Bildschirmdiagonale und hochauflösender brillanter Bildqualität erhältlich. Der neue Articos 55 bietet bei 140 cm Bildschirmgröße den neuesten Standard für Rückprojektions-TV. Obwohl erst ab November diesen Jahres im Handel verfügbar, wurde der Articos 55 bereits mit einem nationalen Innovationspreis ausgezeichnet.

Wir sind zuversichtlich, dass Loewe das schwierige Jahr 2003 zur Stärkung seiner Marken- und Produktposition nutzen kann, um in 2004 mit erweiterten Systemlösungen, neuen LCD-Fernsehern bei insgesamt verbesserten Konjunktur- und Marktaussichten wieder die Basis für Wachstum und Profitabilität zu legen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Rainer Hecker  
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

**IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\***

in Mio. Euro	2. Quartal 2003	2. Quartal 2002	Verände- rung in %	1. Halbjahr 2003	1. Halbjahr 2002	Verände- rung in %
<b>Umsatz</b>	<b>59,9</b>	<b>79,3</b>	<b>- 24</b>	<b>131,9</b>	<b>175,3</b>	<b>- 25</b>
Inland	29,2	35,4	- 18	66,3	80,0	- 17
Ausland	30,7	43,9	- 30	65,6	95,3	- 31
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>- 4,5</b>	<b>7,0</b>		<b>- 9,2</b>	<b>14,5</b>	
<b>Fehlbetrag des 1. Halbjahres nach Anteilen Dritter</b>	<b>- 3,3</b>	<b>3,9</b>		<b>- 6,8</b>	<b>8,1</b>	
<b>Ergebnis je Aktie in Euro **</b>	<b>- 0,46</b>	<b>0,54</b>		<b>- 0,95</b>	<b>1,13</b>	
<b>Weitere Kennzahlen</b>						
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	- 17,4	- 0,5		- 1,9	18,6	
Investitionen	5,0	6,3	- 21	9,3	10,3	- 10
Abschreibungen	4,9	4,5	9	9,7	9,1	7
Entwicklungskosten	3,2	3,0	7	6,8	6,1	11
<b>Mitarbeiter</b>	<b>1.248</b>	<b>1.224</b>	<b>2</b>	<b>1.253</b>	<b>1.221</b>	<b>3</b>

\* Nur Geschäftsbereich Home Media Systems. Der Geschäftsbereich Telekommunikation wurde Ende 2002 eingestellt.  
Die Konzern-Zwischenabschlüsse und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2002 entsprechen den IAS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

\*\* Das Ergebnis bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 7.176.600 Stück (Vorjahr: 7.158.200 Aktien).

**UMSATZ SINKT IM ERSTEN HALBJAHR UM 25 % AUF 132 MIO. EURO**

Der Umsatz des Loewe Konzerns ist im ersten Halbjahr 2003 deutlich gesunken. Dies ist im Wesentlichen auf den starken Rückgang des Marktvolumens bei Fernsehgeräten mit Bildröhren im oberen Preissegment zurückzuführen. Ausgewirkt hat sich ferner, dass das Loewe Produktsortiment im mittleren Preissegment bei Real-Flat-Bildröhrengeräten erst mit der restlichen Einführung neuer Produkte in den nächsten Monaten komplettiert sein wird. Darüber hinaus hat die Neuordnung der Vertriebsaktivitäten in Italien zum Umsatzrückgang beigetragen.

**HALBJAHRESVERLUST BETRÄGT 9,2 MIO. EURO**

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im ersten Halbjahr beträgt -9,2 Mio. Euro. Dieser Verlust ist im Wesentlichen auf das niedrigere Geschäftsvolumen und den schlechteren Produktmix zurückzuführen. Neben dem Einmaleffekt aus der Neuordnung des Italien-Geschäfts in Höhe von 4,5 Mio. Euro im ersten Quartal wirken sich im zweiten Quartal Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 1,4 Mio. Euro aus.

Als Folge des negativen EBIT beläuft sich der Fehlbetrag nach Anteilen Dritter im ersten Halbjahr auf 6,8 Mio. Euro gegenüber einem Gewinn von 8,1 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Das Ergebnis je Aktie beträgt -0,95 Euro. Unter Berücksichtigung der bis 2005 noch ausübaren 398.400 Optionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis von -0,90 Euro je Aktie.

## NEGATIVER CASHFLOW IM ERSTEN HALBJAHR

Als Folge des Verlustes ergab sich ein negativer Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 1,9 Mio. Euro. Unter Berücksichtigung der gegenüber dem Vorjahreszeitraum nur leicht reduzierten Investitionsausgaben ergibt sich im ersten Halbjahr 2003 ein negativer freier Cashflow von 11,2 Mio. Euro.

## RÜCKGANG DER MITARBEITERANZAHL SEIT JAHRESANFANG

Der Anstieg der Mitarbeiterzahlen im Vorjahresvergleich resultiert aus der Einbeziehung der neuen Vertriebsgesellschaften in Frankreich und Italien. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2002 ist die Mitarbeiterzahl im zweiten Quartal leicht gesunken. Die notwendige Anpassung an das erheblich geringere Produktionsvolumen im ersten Halbjahr 2003 konnte durch eine Kürzung der individuellen Arbeitszeiten im direkten Bereich erreicht werden, die einem Äquivalent von rund 50 Beschäftigten entspricht. Im indirekten Bereich wurden Maßnahmen eingeleitet, die in den nächsten Monaten zu einem Abbau von rund 60 Personen führen werden.

## WEITERE VERSCHLECHTERUNG DES MARKTUMFELDS

Die schlechten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und eine geringere Konsumneigung haben die unbefriedigende Marktsituation weiter verschärft. Insbesondere das hochpreisige Premiumsegment ist stark betroffen. Die aktuellen Marktzahlen für Europa weisen für den Zeitraum von Dezember 2002 bis Mai 2003 einen wertmäßigen Marktrückgang von 8%<sup>1</sup> aus, bei einem um 1% höheren Absatzvolumen. Dem ausgeprägten Rückgang der Durchschnittspreise ist Loewe nicht gefolgt. Dies führt insbesondere im oberen Preissegment zu einem deutlich geringeren Marktvolumen für Loewe. Entsprechend hat sich der Marktanteil von Loewe in Europa im Zeitraum von Dezember 2002 bis Mai 2003 um 0,4 Prozentpunkte auf 6,2%<sup>2</sup> gegenüber dem Vorjahreszeitraum ermäßigt.

Der inländische Markt für Fernsehgeräte ist im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003 im Vergleich zum Vorjahr wertmäßig um 15%<sup>3</sup> zurückgegangen, bei einem Absatzrückgang von 8%. Im europäischen Vergleich ist dies mit Abstand die schlechteste Entwicklung. Loewe Produkte waren von diesem Rückgang ähnlich stark betroffen wie der Gesamtmarkt. Der wertmäßige Marktanteil von Loewe verminderte sich geringfügig um 0,1 Prozentpunkte auf 14,1%<sup>4</sup>.

## UMSATZRÜCKGÄNGE IN ALLEN PRODUKTBEREICHEN

in Mio. Euro	2. Quartal 2003	2. Quartal 2002	Verände- rung in %	1. Halbjahr 2003	1. Halbjahr 2002	Verände- rung in %
Fernseh- und Multimediageräte	50,1	67,5	- 26	111,6	147,7	- 24
DVD-Player	0,9	1,9	- 53	1,8	3,9	- 54
Videorecorder	0,8	1,9	- 58	1,7	4,1	- 59
Hi-Fi	0,6	0,9	- 33	1,5	2,6	- 42
Zubehör und sonstige Erlöse	7,5	7,1	6	15,3	17,0	- 10
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>59,9</b>	<b>79,3</b>	<b>- 24</b>	<b>131,9</b>	<b>175,3</b>	<b>- 25</b>

<sup>1</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte in Europa im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003, Cathode Ray Tube, d.h. Fernsehgerät mit Bildröhre

<sup>2</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil Europa im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>3</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte in Deutschland im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>4</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil CRT Fernsehgeräte im deutschen Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

### FERNSEH- UND MULTIMEDIAGERÄTE

Der Loewe Umsatz mit Fernseh- und Multimediageräten reduzierte sich im ersten Halbjahr 2003 um 24 % auf 112 Mio. Euro. In der preislichen Einstiegsklasse bis maximal 1.600 Euro ist der Umsatz um rund 20 % gestiegen. Die erfolgreiche Markteinführung der Produktfamilie Aventos hat hierzu einen entscheidenden Beitrag geleistet. Dagegen führte der sehr starke Nachfragerückgang nach höherpreisigen Bildröhrengeräten bei Loewe zu einem überdurchschnittlichen Umsatzrückgang. Auch die erfolgreiche Markteinführung der neuen Produktfamilie Mimo mit Real-Flat-Bildröhren im zweiten Quartal konnte diesen negativen Trend lediglich abmildern. Wegen der ungünstigeren Umsatzstruktur sind die durchschnittlichen Verkaufserlöse der Loewe Produkte zurückgegangen, obwohl die Abgabepreise für Loewe Geräte im Wesentlichen unverändert blieben.

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

Die weiter gesunkenen Umsätze mit Videorecordern und DVD-Playern erklären sich daraus, dass Loewe dem starken Rückgang der Durchschnittserlöse am Markt unter Ertragsgesichtspunkten nicht gefolgt ist. Der Umsatzrückgang bei Hi-Fi ist auf die geringe Nachfrage nach hochwertigen Hi-Fi- und Lautsprecher-Systemen und den hohen Vorjahreswert aufgrund der Markteinführung des Soundsystems Concertos zurückzuführen. Der Zubehörsatz verminderte sich analog zu den übrigen Produktgruppen.

### ÜBERDURCHSCHNITTLICHER UMSATZRÜCKGANG IM AUSLAND

Die für Loewe wichtigen europäischen Exportmärkte waren im Zeitraum von Dezember 2002 bis Mai 2003 teilweise stark rückläufig. In Großbritannien und Frankreich ist das wertmäßige Marktvolumen um 10 %<sup>5</sup>, in Benelux um 3 %<sup>6</sup> und Spanien um 2 %<sup>7</sup> gesunken. Lediglich der italienische Markt weist in diesem Zeitraum Wachstum auf, welches allerdings auf den außergewöhnlich niedrigen Vorjahreswert zurückzuführen ist.

Im europäischen Ausland setzen sich neue Displaytechnologien tendenziell schneller am Markt durch als in Deutschland. Neben der schnelleren Penetration von Flachdisplayprodukten auf LCD- und Plasmabasis setzte sich im europäischen Ausland auch im zweiten Quartal die Substitution der Super-Flat-CRT<sup>8</sup>-Geräte durch preisgünstige Real-Flat-CRT-Geräte weiter fort. Die Einführung der Produktfamilien Aventos und Mimo trug wesentlich dazu bei, den Umsatzanteil von Real-Flat-CRT-Geräten von 28 % auf 54 % zu steigern. Die noch nicht vollständig abgeschlossene Umstellung des Loewe Sortiments macht sich insbesondere im europäischen Ausland negativ bemerkbar, da Real-Flat-CRT-Geräte dort besonders stark nachgefragt werden.

Der Loewe Marktanteil war in den wesentlichen Auslandsmärkten weitgehend konstant. Lediglich in Italien reduzierte sich der Marktanteil um 1,8 Prozentpunkte auf 4,1 %<sup>9</sup> und in Benelux um 1,7 % Punkte auf 8,0 %<sup>10</sup>. In Italien ist dies hauptsächlich auf die Neuordnung des Italien-Geschäfts zurückzuführen. Seit dem 1. April 2003 wird der italienische Markt durch eine eigene Tochtergesellschaft bearbeitet, die im zweiten Quartal 2003 erstmals in die Konsolidierung einbezogen wurde. Aufgrund der Übernahme des Lagers des bisherigen Distributors durch Loewe und der zeitweisen Verunsicherung der italienischen Kunden hat sich der Loewe Umsatz im ersten Halbjahr dort mehr als halbiert.

Der Rückgang des Auslandsumsatzes betrifft alle wesentlichen Kernmärkte. Insgesamt ging der Auslandsanteil am Gesamtumsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5 Prozentpunkte auf eine Exportrate von rund 50 % zurück.

<sup>5</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>6</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>7</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>8</sup> Cathode Ray Tube, d.h. Fernsehgerät mit Bildröhre

<sup>9</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil CRT Fernsehgeräte im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003

<sup>10</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil CRT Fernsehgeräte im Fachhandel im Zeitraum Dezember 2002 bis Mai 2003



**Articos 55:** Neuester Bildstandard für Rückprojektions-TV. 140 cm Bildschirm-diagonale, mit geringer Bautiefe.

## UNBEFRIEDIGENDE ERGEBNISSITUATION

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im ersten Halbjahr beträgt –9,2 Mio. Euro gegenüber einem Gewinn in Höhe von 14,5 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Wie auch im ersten Quartal ist der Verlust im zweiten Quartal im Wesentlichen auf das niedrigere Geschäftsvolumen und den schlechteren Produktmix zurückzuführen. Neben dem Einmal-effekt aus der Neuordnung des Italien-Geschäfts in Höhe von 4,5 Mio. Euro im ersten Quartal wirken sich im zweiten Quartal vor allem Restrukturierungsaufwendungen aufgrund der Freisetzung von Personal in Höhe von 1,4 Mio. Euro negativ aus.

### EBIT HOME MEDIA SYSTEMS

	2. Quartal 2003	2. Quartal 2002	1. Halbjahr 2003	1. Halbjahr 2002
EBIT in Mio. Euro	– 4,5	7,0	– 9,2	14,5
EBIT in % vom Umsatz	– 7,6	8,8	– 7,0	8,3

Der Rückgang des Bruttoergebnisses gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 4,9 Prozentpunkte auf 24,0% spiegelt den ungünstigeren Produktmix und die wegen des Volumenrückgangs geringere Fixkostendeckung der Bereiche Produktion, Entwicklung und Qualität wider. Darüber hinaus ist das Bruttoergebnis durch die Rücknahme des Lagerbestands vom italienischen Distributor um 1,5 Mio. Euro geringer. Einsparungen bei Materialpreisen in Höhe von 3,5 Mio. Euro wirkten sich hingegen positiv auf das Bruttoergebnis aus.

Die Marketing- und Vertriebskosten liegen um rund 1 Mio. Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Den Einsparungen der weitgehend volumenabhängigen Frachtkosten in Höhe von 0,3 Mio. Euro und den um 1,3 Mio. Euro geringeren Werbekosten stehen höhere Garantiekosten von 1,1 Mio. Euro und die Kosten der neuen Tochtergesellschaften in Frankreich und Italien von rund 1 Mio. Euro gegenüber.

Innerhalb der Sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen belasteten Kompensationszahlungen an den bisherigen Distributor in Italien in Höhe von rund 1,5 Mio. Euro das Ergebnis des ersten Quartals 2003. Im zweiten Quartal waren Aufwendungen in Höhe von 1,4 Mio. Euro zu berücksichtigen, die aus der Reduktion des indirekten Personals um rund 60 Personen resultieren. Aus der geringeren Personalstärke werden jährliche Einsparungen von rund 3 Mio. Euro erwartet.

Darüber hinaus wurde ein Kosteneinsparungsprogramm in Höhe von insgesamt 7 Mio. Euro definiert. Im ersten Halbjahr 2003 wurden rund 3 Mio. Euro Einsparungen realisiert, die sich positiv in den Herstellungs-, Marketing-/Vertriebs- und Allgemeinen Verwaltungskosten ausgewirkt haben.

## INVESTITIONEN LEICHT REDUZIERT

in Mio. Euro	Investitionen		Abschreibungen	
	1. Halbjahr 2003	1. Halbjahr 2002	1. Halbjahr 2003	1. Halbjahr 2002
Immaterielle Vermögensgegenstände	3,1	3,4	3,0	2,9
Sachanlagen	6,1	6,9	6,7	6,2
Finanzanlagen	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>Gesamt</b>	<b>9,3</b>	<b>10,3</b>	<b>9,7</b>	<b>9,1</b>

Die Investitionen des ersten Halbjahres 2003 von 9,3 Mio. Euro lagen leicht unter den Investitionen des Vorjahres. Sie betreffen im Wesentlichen Werkzeuge für neue Produkte (4,3 Mio. Euro) und die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (2,4 Mio. Euro).

Die Abschreibungen des ersten Halbjahres 2003 lagen mit 9,7 Mio. Euro dagegen leicht über dem Niveau des Vorjahres.

## NETTOSCHULDEN GESTIEGEN

in Mio. Euro	30. Juni 2003	31. Dez. 2002	30. Juni 2002
Anlagevermögen	67,0	67,4	63,6
Working Capital	56,1	59,5	46,7
Vermögen/Schulden des eingestellten Geschäftsbereiches	0,0	- 0,6	2,5
Eigenkapital	67,6	80,5	77,4
Anteile im Fremdbesitz	1,1	1,2	0,9
<b>Netto-Finanzschulden</b>	<b>54,4</b>	<b>44,6</b>	<b>34,5</b>

Die wesentliche Veränderung der Bilanzstruktur zum 30. Juni 2003 im Vergleich zum 31. Dezember 2002 betrifft das Eigenkapital. Die Reduktion um 12,9 Mio. Euro setzt sich aus der Ende Juni erfolgten Dividendenzahlung von 6,1 Mio. Euro und einem Fehlbetrag nach Anteilen Dritter von 6,8 Mio. Euro zusammen. Die Netto-Finanzschulden erhöhten sich lediglich um rund 10 Mio. Euro, da sich das Working Capital im ersten Halbjahr 2003 um 3,4 Mio. Euro reduzierte.

in Mio. Euro	30. Juni 2003	31. Dez. 2002	30. Juni 2002
<b>Vorräte</b>	<b>65,2</b>	<b>54,6</b>	<b>57,0</b>
davon: RHB	16,4	15,5	15,1
davon: Fertige Erzeugnisse	48,8	39,1	41,9
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	55,2	84,4	64,4
Sonstige Rückstellungen	- 36,5	- 47,7	- 37,8
Lieferungsverbindlich- keiten, andere Passiva	- 27,8	- 31,8	- 36,9
<b>Working Capital</b>	<b><u>56,1</u></b>	<b><u>59,5</u></b>	<b><u>46,7</u></b>

Die Vorräte zum 30. Juni 2003 sind zu hoch, da die Produktion nicht in vollem Umfang an den geringeren Absatz angepasst werden konnte und im zweiten Quartal das Fertigwarenlager vom ehemaligen Distributor in Italien in Höhe von rund 5 Mio. Euro übernommen wurde.

Die Lieferungsforderungen und anderen Aktiva sind entsprechend dem saisonalen Umsatzverlauf und aufgrund der deutlich geringeren Umsätze im ersten Halbjahr 2003 um 29,2 Mio. Euro gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2002 gesunken. Der Rückgang gegenüber dem 30. Juni 2002 resultiert aus dem niedrigeren Umsatz im ersten Halbjahr 2003.

Die seit dem 31. Dezember 2002 gesunkenen Sonstigen Rückstellungen sind vor allem auf die Auszahlung der Jahresbonifikationen an die Händler und das geringere Umsatzniveau im ersten Halbjahr 2003 zurückzuführen.

## EIGENKAPITAL

in Mio. Euro	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Andere Gewinn- rück- lagen	Ergebnis- vortrag	Eigen- kapital
Stand am 31. 12. 2002	7,2	45,3	10,5	17,5	80,5
Jahresfehlbetrag des 1. Halbjahres				- 6,8	- 6,8
Dividende für 2002				- 6,1	- 6,1
<b>Stand am 30. 06. 2003</b>	<b><u>7,2</u></b>	<b><u>45,3</u></b>	<b><u>10,5</u></b>	<b><u>4,6</u></b>	<b><u>67,6</u></b>

Der Rückgang des Eigenkapitals um 12,9 Mio. Euro auf 67,6 Mio. Euro ist durch die Ende Juni erfolgte Dividendenausschüttung und den Fehlbetrag im ersten Halbjahr 2003 verursacht.

## NEGATIVER FREIER CASHFLOW

Der negative Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit von 1,9 Mio. Euro liegt aufgrund des im ersten Halbjahr 2003 aufgelaufenen Verlustes erheblich unter dem positiven Vorjahreswert von 18,6 Mio. Euro. Nach Berücksichtigung der gegenüber dem Vorjahreszeitraum nur leicht reduzierten Investitionsausgaben ergibt sich im ersten Halbjahr 2003 ein negativer freier Cashflow von 11,2 Mio. Euro. Abzüglich der erfolgten Dividendenzahlung hat sich der Finanzmittelbestand im ersten Halbjahr 2003 um 16,6 Mio. Euro reduziert, nachdem im vergleichbaren Vorjahreszeitraum sich der Finanzmittelbestand um 5,3 Mio. Euro erhöhte.

**CASHFLOW**

in Mio. Euro	30. Juni 2003	30. Juni 2002
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	– 1,9	18,6
Investitionstätigkeit	– 9,3	– 10,3
<b>Freier Cashflow</b>		
<b>Home Media Systems</b>	<b>– 11,2</b>	<b>8,3</b>
Freier Cashflow des eingestellten Geschäftsbereiches	0,0	2,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	– 5,4	– 5,6
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>– 16,6</u></b>	<b><u>5,3</u></b>

**ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN**

Im zweiten Quartal 2003 konnten planmäßig weitere Geräte mit Bildröhren in der Real-Flat-Technologie zum Serienanlauf gebracht werden. So wurde die Produktlinie Mimo durch die Bildschirmformate 28 und 29 Zoll erweitert. Eine Verzögerung hat sich bei der Fertigstellung des Aventos 28 Zoll aufgrund der Verfügbarkeit einer spezifischen Bildröhre ergeben. Die Entwicklungsarbeiten für die neue Gerätelinie Nemos wurden planmäßig weitergeführt. Im dritten Quartal ist der Produktionsanlauf dieser neuen Gerätelinie geplant.



**Spheros 42 HD:** Neue hochauflösende Bildschirmdarstellung (1.024 x 1.024 Pixel) sorgt für brillante Bildqualität.



Eine wesentliche Innovation stellt die Markteinführung der neuen Generation der Premiere-tauglichen DVB-Empfangsmodule dar. Die Zertifizierungen hierfür sind planmäßig erfolgt, die Produktion konnte geordnet anlaufen. Für die neuen Flachdisplayprodukte und das Rückprojektionsgerät sind die Entwicklungsarbeiten für eine völlig neuartige Scaler-Technologie zum Abschluss gebracht worden, so dass im folgenden Quartal die volle Aufmerksamkeit der Serieneinführung gelten kann. Ebenso sind die Entwicklungsarbeiten für das Plasmagerät Spheros 42 HD und das Rückprojektionsgerät Articos 55 plangemäß weitergeführt worden.

Als Basis für die Weiterentwicklung des Bediensystems mit neuem Design und Multi-gerätefunktionalität wurden die Arbeiten an einer neuen Fernbedienung nahezu abgeschlossen. Für die Einführung eines weiteren Audio- und Satelliten-Subwoofersystems wurden für die Partnerfirmen Spezifikationen erstellt. Die ersten umgesetzten Ergebnisse daraus befinden sich nun bereits in der Entwicklungsvalidierung.

Wesentlich ausgeweitet wurden die Aktivitäten zur Entwicklung neuer großformatiger Flachdisplaygeräte in LCD/TFT-Technologie. Hier werden Produkte sowohl in der Systems Linie als auch in einer neuen Produktlinie entwickelt und sollen bereits zur IFA der Öffentlichkeit präsentiert werden.

Des Weiteren werden zur IFA integrierte Fernsehgeräte mit der Funktion des „Personal Videorecorders“ zum ersten Mal der Öffentlichkeit vorgestellt und im Anschluss daran in den Markt eingeführt. Ebenso werden auf der IFA die ersten Fernsehgeräte mit integriertem digitalen terrestrischen Empfangsteil (DVB-T) vorgestellt. Die Produktion der Module beginnt im Herbst.

Weitergeführt wurden die in die Zukunft weisenden Grundlagenarbeiten in den Themengebieten Audio-/Videosever Technologie und Hausvernetzung. Hier können zur IFA prototypische Anwendungen gezeigt werden.

## MARKETING UND VERTRIEB

Mit dem Mimo 32 startete Ende März die Markteinführung einer außergewöhnlichen TV-Produktfamilie. Im Mai und Juni erfolgte die Einführung von Mimo 28 und Mimo 29, die den Erfolg der Produktfamilie weiter ausbauen. Für alle Modelle stehen zwei attraktive Aufstell-Lösungen zur Verfügung. Mit den Modellen der Mimo-Familie wendet sich Loewe erstmals an eine junge Zielgruppe. Im Rahmen einer ganzheitlichen Kommunikation wurde Mimo, neben der Print-Kampagne, mit einer attraktiven und informativen Aktionsfläche mit eigenständigem Aktionsdisplay im Fachhandel eingeführt.

Speziell mit Mimo 32 wurde das erste Fernsehgerät mit integriertem Empfangsteil für Programme des Abo-TV-Senders Premiere in den deutschen Markt eingeführt. Es ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit zwischen beiden Unternehmen und eine konsequente Weiterentwicklung des MediaPlus-Konzeptes. Bis Ende 2003 ist die Integration eines Premiere-Empfangsteils in fünf TV-Gerätefamilien exklusiv Loewe vorbehalten und sichert damit einen deutlichen Wettbewerbsvorteil.

Zum Ausbau der Loewe Marktposition im Bereich Home Cinema wurden sowohl durch Roadshows als auch durch eine neue Produktinformation für Händler die erweiterten Kompetenzen in Home-Cinema-Lösungen herausgestellt.

Im Mai wurde gemeinsam mit der amerikanischen Fachhandelskette Harvey Electronics eine Loewe Galerie in New York eröffnet. Ziel des neuen Flagship Store von Loewe ist es, das Loewe Profil als technisch innovative und designorientierte Premiummarke zu schärfen und die Bekanntheit der Marke in den Vereinigten Staaten zu erhöhen.

Neben einem Softwareupdate bei der aktuellen Systems-Anlage mit dem Real-Flat-TV-Gerät Articos wurden mit zeitlichem Vorlauf zur IFA die neuen hochauflösenden Displays einerseits mit Plasma-Technologie (Spheros 42 HD) und andererseits mit ebenfalls hochauflösender Rückprojektionstechnologie (Articos 55) präsentiert.

## RESTRUKTURIERUNG

Um den besonderen Herausforderungen der Marktentwicklung gerecht zu werden, wurde der Vorstand strukturell verändert und seine Aufgabenbereiche gestrafft: Marketing und Vertrieb bei Dr. Rainer Hecker, Technik und Einkauf bei Gerhard Schaas, Finanzen und Verwaltung bei Dr. Burkhard Bamberger. Herr Thomas Bender hat das Unternehmen im gegenseitigen Einvernehmen verlassen.

Loewe hat erkannt, dass die beschleunigenden Entwicklungen am Markt für Unterhaltungselektronik und die besonderen technologischen Herausforderungen durch die Digitalisierung und Vernetzung der einzelnen Komponenten transparente Prozesse und flache Strukturen für schnelle Entscheidungen erfordern. Die Neuausrichtung soll dazu dienen, die produkt- und unternehmensnotwendigen Entscheidungen schneller herbeizuführen und die Markterfordernisse bei ihrer Umsetzung konsequent zu beachten.

Loewe wird mit einem bereits laufenden Restrukturierungsprogramm den Balanceakt zwischen konsequentem Sparkurs und einer markt- und kundenorientierten Produktoffensive vollführen. Es umfasst:

- Anpassung der Produktionskapazität an die verminderte Nachfrage
- Straffung der Organisation und
- Einsparungen bei den Sachkosten

Im Rahmen einer Vereinbarung mit dem Betriebsrat wurde die Wochenarbeitszeit im Bereich der Produktion von 35 auf 29 Stunden gesenkt, dafür gibt es in dem Bereich keine Entlassungen in diesem Jahr. Produktionsfreie Tage im ersten Halbjahr 2003 können bei einer Belebung der Nachfrage im zweiten Halbjahr 2003 zu Sonderschichten ohne Mehrkosten genutzt werden. Diese Maßnahme trägt auch zur notwendigen Absenkung der Vorräte und damit zu einer geringeren Mittelbindung bei.

Darüber hinaus werden in allen Bereichen personelle Anpassungen vorgenommen, wo dies ohne Einschränkung der unternehmerischen Leistungsfähigkeit möglich ist. Dies wird in den nächsten Monaten zu einem Personalabbau von rund 60 Personen im indirekten Bereich führen. Loewe erwartet damit ab 2004 jährliche Einsparungen der Personalkosten von über 3 Mio. Euro pro Jahr. Weiterhin werden alle Sachkosten auf den Prüfstand gestellt. Daraus resultiert gegenüber dem Vorjahr ein Einsparvolumen von rund 7 Mio. Euro in 2003.

## MITARBEITER

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Vergleich zum ersten Halbjahr des Vorjahres um 3 % leicht erhöht. Der Aufbau um 32 Mitarbeiter konzentriert sich vornehmlich auf die ausländischen Vertriebsgesellschaften, insbesondere Loewe France S.A. und die im April 2003 neu gegründete Loewe Italiana S.r.l. mit zusammen 24 Personen, die nicht im Personalstand des Vorjahres enthalten waren, und auf erforderliche Verstärkungen im Entwicklungsbereich mit sieben Personen.

Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2002 ist die Mitarbeiterzahl insbesondere durch die neue Vertriebsgesellschaft in Italien leicht gestiegen. Trotz eines deutlich geringeren Produktionsvolumens im ersten Halbjahr 2003 blieb die Anzahl der Mitarbeiter im direkten Bereich weitgehend unverändert, da die notwendige Anpassung der Produktionsleistung über eine Kürzung der individuellen Arbeitszeiten erfolgte. Dies bedeutet auf der Kostenseite eine Entlastung, die der Freisetzung von 50 Personen entspräche.

Die zwischenzeitlich eingeleiteten Maßnahmen zur Personalreduktion in den Bereichen Verwaltung, Marketing und Vertrieb sowie Technik werden in den nächsten Monaten zu einem Abbau von rund 60 Personen führen.

## RISIKEN DER ZUKÜNFTIGEN ENTWICKLUNG

Die wesentlichen Risikofelder umfassen das Marktrisiko, die Technologie- und Designposition, die Abhängigkeit von wichtigen Lieferanten und Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, die Produkthaftungs-, Zins- und Währungsrisiken. Die einzelnen Risiken stehen zum Teil in Wechselbeziehung zueinander und können sich kumulieren.

Der ausführliche Risikobericht ist im Geschäftsbericht für das Jahr 2002 auf den Seiten 52 bis 55 abgedruckt. Grundlegende Veränderungen gegenüber dem Vorjahr haben sich im ersten Halbjahr 2003 nicht ergeben.

## HAUPTVERSAMMLUNG AM 25. JUNI 2003

Auf der Hauptversammlung der Loewe AG am 25. Juni 2003 wurden alle Tagesordnungspunkte mit nur wenigen Gegenstimmen verabschiedet. Für den aus dem Aufsichtsrat ausgeschiedenen Herrn Guido Alt wählten die Aktionäre Herrn Dr. Gerhard Heinrich, Frankfurt, neu in das Gremium.

## WESENTLICHE EREIGNISSE NACH HALBJAHRESENDE

Wesentliche Ereignisse nach Halbjahresende sind nicht eingetreten.

## AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2003

Die deutliche Kaufzurückhaltung der Kunden bei Produkten der Unterhaltungselektronik hat sich insbesondere im hochwertigen und hochpreisigen Segment verstärkt. Aus heutiger Sicht wird auch in den nächsten Monaten keine deutliche Belebung der Nachfrage erwartet. Vor diesem Hintergrund ist die bisherige Zielsetzung für das Jahr 2003, einen Umsatz auf Vorjahresniveau und ein EBIT von über 10 Mio. Euro zu erreichen, nicht mehr realistisch. Trotz der nach wie vor erwarteten positiven Impulse durch die Internationale Funkausstellung, der Einführung attraktiver neuer Produkte und eines umfangreichen Kostensenkungsprogramms muss aus heutiger Sicht damit gerechnet werden, dass der Umsatz im Geschäftsjahr 2003 unter dem Vorjahreswert liegen wird, so dass wahrscheinlich kein positives EBIT erreicht werden kann.

## SONSTIGE ANGABEN

Der vorliegende Quartalsbericht wurde von einem Wirtschaftsprüfer einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Es haben sich keine Beanstandungen ergeben.

Zum 30. Juni 2003 waren, gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2002 unverändert, 581.425 Aktien der Loewe AG in den Händen des Vorstands.

Kronach, den 24. Juli 2003

Der Vorstand

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

G. Schaas

**KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. HALBJAHR 2003**

Mio. Euro	April bis Juni 2003		April bis Juni 2002		Januar bis Juni 2003		Januar bis Juni 2002	
		%		%		%		%
Umsatzerlöse	59,9		82,2		131,9		183,2	
Eingestellter Geschäftsbereich	0,0		- 2,9		0,0		- 7,9	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>79,3</b>	<b>100,0</b>	<b>131,9</b>	<b>100,0</b>	<b>175,3</b>	<b>100,0</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen *	- 44,3	- 74,0	- 55,6	- 70,1	- 100,3	- 76,0	- 124,6	- 71,1
Bruttoergebnis vom Umsatz	15,6	26,0	23,7	29,9	31,6	24,0	50,7	28,9
Marketing- und Vertriebskosten	- 16,4	- 27,4	- 15,6	- 19,6	- 33,3	- 25,3	- 32,4	- 18,4
Allgemeine Verwaltungskosten	- 2,6	- 4,4	- 2,5	- 3,2	- 5,2	- 3,9	- 5,2	- 3,0
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	- 1,1	- 1,8	1,3	1,6	- 2,4	- 1,8	1,3	0,7
Erträge aus Beteiligungen	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
<b>EBIT des Geschäftsbereiches Home Media Systems</b>	<b>- 4,5</b>	<b>- 7,6</b>	<b>7,0</b>	<b>8,8</b>	<b>- 9,2</b>	<b>- 7,0</b>	<b>14,5</b>	<b>8,3</b>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 0,5	- 0,8	- 0,5	- 0,6	- 1,0	- 0,8	- 0,9	- 0,5
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäfts- tätigkeit (EBT) des Geschäftsbereiches Home Media Systems</b>	<b>- 4,9</b>	<b>- 8,2</b>	<b>6,7</b>	<b>8,4</b>	<b>- 10,0</b>	<b>- 7,6</b>	<b>13,9</b>	<b>7,9</b>
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) des eingestellten Geschäftsbereiches	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)</b>	<b>- 4,9</b>	<b>- 8,2</b>	<b>6,7</b>	<b>8,4</b>	<b>- 10,0</b>	<b>- 7,6</b>	<b>13,9</b>	<b>7,9</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1,5	2,5	- 2,8	- 3,5	3,1	2,4	- 5,7	- 3,2
<b>Jahresfehlbetrag/-überschuss vor Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>- 3,4</b>	<b>- 5,7</b>	<b>3,9</b>	<b>4,9</b>	<b>- 6,9</b>	<b>- 5,2</b>	<b>8,2</b>	<b>4,7</b>
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	0,1	0,2	0,0	0,0	0,1	0,1	- 0,1	- 0,1
<b>Konzernjahresfehlbetrag/-überschuss nach Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>- 3,3</b>	<b>- 5,5</b>	<b>3,9</b>	<b>4,9</b>	<b>- 6,8</b>	<b>- 5,1</b>	<b>8,1</b>	<b>4,6</b>

\* die nachfolgenden Positionen bis einschließlich Zinsen und ähnliche Aufwendungen enthalten nur Angaben für den Geschäftsbereich Home Media Systems

Unverwässertes Ergebnis je Aktie**	- 0,46	0,54	- 0,95	1,13
Unverwässertes Ergebnis je Aktie des Geschäftsbereiches Home Media Systems**	- 0,46	0,54	- 0,95	1,13
Verwässertes Ergebnis je Aktie des Geschäftsbereiches Home Media Systems***	- 0,44	0,52	- 0,90	1,07
** Zahl der ausgegebenen Aktien zum 30. Juni	7.176.600	7.158.200	7.176.600	7.158.200
*** Zahl der ausgegebenen Aktien und Optionen	7.575.000	7.575.000	7.575.000	7.575.000

**KONZERNBILANZ 30. JUNI 2003**

Mio. Euro	30. 06. 03	31. 12. 02	30. 06. 02
<b>Aktiva</b>			
<b>Anlagevermögen*</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	10,1	10,2	9,5
Sachanlagen	56,7	57,0	53,9
Finanzanlagen	0,2	0,2	0,2
<b>Anlagevermögen, Gesamt</b>	<b>67,0</b>	<b>67,4</b>	<b>63,6</b>
<b>Umlaufvermögen*</b>			
Vorräte	65,2	54,6	57,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	51,6	81,4	58,9
Andere kurzfristige Forderungen	7,8	4,5	5,5
Liquide Mittel	0,0	3,7	6,0
<b>Umlaufvermögen, Gesamt</b>	<b>124,6</b>	<b>144,2</b>	<b>127,4</b>
<b>Latente Steuerforderungen*</b>	<b>2,9</b>	<b>0,1</b>	<b>1,6</b>
<b>Vermögenswerte des eingestellten Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>5,5</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b><u>194,5</u></b>	<b><u>211,8</u></b>	<b><u>198,1</u></b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	7,2	7,2	7,2
Kapitalrücklage	45,3	45,3	45,0
Andere Gewinnrücklagen	10,5	10,5	5,5
Ergebnisvortrag	4,6	17,5	19,7
<b>Eigenkapital, Gesamt</b>	<b>67,6</b>	<b>80,5</b>	<b>77,4</b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>
<b>Rückstellungen*</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	27,2	28,2	27,0
Steuerrückstellungen	0,0	1,0	3,8
Sonstige Rückstellungen	36,5	47,7	37,8
<b>Rückstellungen, Gesamt</b>	<b>63,7</b>	<b>76,9</b>	<b>68,6</b>
<b>Verbindlichkeiten*</b>			
Langfristige Schulden	3,0	3,4	3,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18,8	26,3	28,3
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	40,3	22,9	16,1
<b>Verbindlichkeiten, Gesamt</b>	<b>62,1</b>	<b>52,6</b>	<b>48,2</b>
<b>Rückstellungen und Verbindlichkeiten des eingestellten Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>3,0</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b><u>194,5</u></b>	<b><u>211,8</u></b>	<b><u>198,1</u></b>

\* des Geschäftsbereiches Home Media Systems

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS JUNI 2003

Mio. Euro	2003	2002	
<b>Laufende Geschäftstätigkeit*</b>			
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	- 10,0	13,9	
Abschreibungen auf Anlagevermögen	9,7	9,1	
Abnahme der Pensionsrückstellungen	- 1,0	- 0,7	
Ertragsteuerzahlungen	- 3,4	- 4,1	
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b>- 4,7</b>	<b>18,2</b>	
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>			
Zunahme der Vorräte	- 10,6	- 11,9	
Zunahme(-)/Abnahme(+) der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	28,6	26,5	
Zunahme(+)/Abnahme(-) der Sonstigen Rückstellungen	- 11,2	- 12,4	
Zunahme(+)/Abnahme(-) der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 4,0	- 1,8	
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4</b>	
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>- 1,9</b>	<b>18,6</b>	
<b>Investitionstätigkeit</b>			
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 9,3	- 10,3	
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 9,3</b>	<b>- 10,3</b>	
<b>Freier Cashflow des Geschäftsbereiches Home Media Systems</b>	<b>- 11,2</b>	<b>8,3</b>	
<b>Freier Cashflow des eingestellten Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>2,6</b>	
<b>Freier Cashflow, Total</b>	<b>- 11,2</b>	<b>10,9</b>	
<b>Finanzierungstätigkeit</b>			
Kapitalerhöhung	0,0	0,2	
Dividendenzahlung	- 6,1	- 6,1	
Aufnahme von Krediten	0,7	0,3	
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>- 5,4</b>	<b>- 5,6</b>	
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b>- 16,6</b>	<b>5,3</b>	
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:</b>	<b>30.06.03</b>	<b>31.12.02</b>	<b>+/-</b>
Liquide Mittel	0,0	3,7	- 3,7
Kurzfristige Bankschulden	- 23,5	- 10,6	- 12,9
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b>- 23,5</b>	<b>- 6,9</b>	<b>- 16,6</b>

\* die nachfolgenden Positionen bis einschließlich Cashflow aus Investitionstätigkeit enthalten nur Daten des Geschäftsbereiches Home Media Systems

## KONTAKTE

LOEWE AG  
Industriestraße 11  
D-96317 Kronach

Postfach 15 54  
D-96305 Kronach

Investor Relations: +49 (0) 92 61/99-984  
E-Mail: [ir@loewe.de](mailto:ir@loewe.de)  
Telefax: +49 (0) 92 61/99-994

Public Relations: +49 (0) 92 61/99-217  
Customer Care Center: +49 (0) 18 01/22 25 63 93  
Telefon Zentrale: +49 (0) 92 61/99-0  
Internet: [www.loewe.de](http://www.loewe.de)

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

Börsenhandel im Prime Segment

Indizes:  SDAX®  
Classic All share®  
Prime All share  
CDAX®

## TERMINE

IFA-INVESTORENTAG  
1. September 2003, Berlin



VERÖFFENTLICHUNG KONZERNBERICHT Q3  
12. November 2003

DEUTSCHES EIGENKAPITALFORUM DER DEUTSCHEN BÖRSE  
27. November 2003, Frankfurt

KEY FIGURES FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2003  
26. Januar 2004



## **LOEWE.**

Industriestraße 11  
D-96317 Kronach  
[www.loewe.de](http://www.loewe.de)

Loewe Aktie:  
Börsenkürzel: LOE  
ISIN Code: DE 0006494107

Telefon: +49 (0) 92 61/99-984  
E-Mail: [ir@loewe.de](mailto:ir@loewe.de)