



- Umsatzwachstum von 12%
- Anteil der Flachdisplays steigt auf 65%
- Operativer Quartalsverlust um 5,3 Mio. Euro auf 1,9 Mio. Euro reduziert
- Restrukturierung planmäßig fortgeführt

KONZERNBERICHT 1. QUARTAL DES GESCHÄFTSJAHRES 2005

LOEWE.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wir haben den Turnaround geschafft – Loewe wächst wieder. Durch die erfolgreich umgesetzten Restrukturierungsmaßnahmen und unser breites Produktportfolio gerade bei LCD- und Plasma-TVs können wir am kräftigen Wachstum der Fernsehgeräte mit neuen Bildschirmtechnologien in Europa verstärkt teilnehmen. Loewe hat den Marktanteil bei LCD-Geräten im deutschen Fachhandel umsatzmäßig von 2,4% im Juni/Juli 2004 auf 9,2% im Februar/März 2005 deutlich gesteigert. Eine ähnlich positive Entwicklung beobachten wir auch in wesentlichen europäischen Märkten wie Spanien oder Benelux.

Vor diesem Hintergrund und aufgrund der schwachen Vorjahreszahlen ist der Umsatz in den ersten drei Monaten 2005 um 12% auf 64,3 Mio. Euro im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresquartal gestiegen. Wesentliche Ursache für das Wachstum sind die überproportional gestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten, die den Rückgang bei Bildröhrengeräten überkompensierten. Im ersten Quartal 2005 ist der Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte auf 65% angestiegen, nach nur 18% im Vorjahreszeitraum.

In den ersten drei Monaten konnte der operative Verlust deutlich reduziert werden. Das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen, ein günstigerer Produktmix sowie eine reduzierte Kostenbasis führten zu einem EBIT von –1,9 Mio. Euro nach –7,2 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahresquartal.

Die erfolgreichen Markteinführungen der großformatigen Flachbildschirmgeräte Xelos A 42 und Xelos A 32 waren die Highlights des ersten Quartals. Wie nahezu alle neuen Loewe Fernsehgeräte ab 26" können auch diese beiden TV-Geräte die hervorragende Bildqualität von „High Definition Television“ (HDTV) darstellen und tragen deshalb das europäische Gütezeichen „HD ready“. Zudem bietet Loewe bereits heute viele Flachdisplaygeräte ab Werk mit integriertem digitalen terrestrischen Tuner (DVB-T) an. Ohne externes Zusatzgerät kann so die größere Programmvierfalt und bessere Qualität von DVB-T gegenüber der analogen Übertragung genutzt werden. Außerdem lassen sich die neuen Loewe LCD-Geräte mit einem integrierten digitalen Satellitentuner (DVB-S) nachrüsten. Zusätzlich können auch Pay-TV-Sender bei digitalem Satellitenempfang ohne zusätzlichen Decoder über das Common-Interface-Modul empfangen werden.

Durch die konsequente Fortführung des Restrukturierungsprogramms werden wir in 2005 unser Produktsortiment mit weiteren zehn neuen mittel- und großformatigen Flachdisplaygeräten ausbauen. Mit der Einführung der attraktiven Einstiegsmodelle Concept L 32 und Concept L 26 mit



■ **Dr. Rainer Hecker**

Dipl.-Wirtschaftsingenieur
Vorsitzender des Vorstands



■ **Dr. Burkhard Bamberger**

Dipl.-Kaufmann
Vorstand Finanzen



■ **Gerhard Schaas**

Dipl.-Ingenieur
Vorstand Technik

integrierter Elektronik ergänzt Loewe sein Produktsortiment im LCD-Bereich im zweiten Quartal. Generell stellen wir seit Jahresanfang unsere LCD-TV-Geräte auf „Electronic on Board“ um und können damit noch kompaktere, aber auch kostenoptimierte Fernsehgeräte anbieten. Zur IFA werden wir echt individualisierbares Premium-TV präsentieren, das den technischen und gestalterischen Führungsanspruch von Loewe unterstreicht.

Darüber hinaus wird in 2005 das bereits angekündigte Kostensenkungsprogramm wie geplant umgesetzt. Neben der reduzierten Beschäftigtenzahl wirkt sich der für die Jahre 2005 und 2006 geschlossene Sanierungstarifvertrag positiv aus.

Rückenwind erhält Loewe durch die erweiterte Partnerschaft mit Sharp. Die im Februar erfolgte Kapitalerhöhung stärkt die Finanzkraft des Unternehmens. Zudem hat im Januar das gemeinsame europäische Entwicklungszentrum in Kronach seine Arbeit aufgenommen. Beginnend zum zweiten Halbjahr 2005 werden Fertigungsaufträge für mittel- und großformatige LCD-Geräte für Sharp am Standort Kronach hinzukommen.

Bei einem kontinuierlichen Wachstum der neuen Displaytechnologien, der weiter steigenden Bedeutung der Marke und des Premiumsegments im Flachdisplay-TV-Markt erwarten wir – trotz des starken Preisverfalls – für das laufende Geschäftsjahr eine nachhaltige Aufwärtsentwicklung bei Loewe.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN*

in Mio. Euro	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	± in %
Umsatz	64,3	57,5	12
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	- 1,9	- 7,2	
Fehlbetrag nach Anteilen Dritter	- 2,7	- 4,4	
Ergebnis je Aktie in Euro**	- 0,26	- 0,61	
Freier Cashflow	11,1	10,8	
Anzahl Mitarbeiter	958	1.110	- 14

* Alle Angaben beziehen sich auf den fortzuführenden Geschäftsbereich. Die Konzern-Zwischenabschlüsse und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 entsprechen den IFRS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

** bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 10.407.383 Stück (Vorjahr 7.176.600 Aktien)

Umsatz wächst um 12 % auf 64 Mio. Euro

Der im Vergleich zum Vorjahr höhere Umsatz ist auf die um 27,5 Mio. Euro angestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten zurückzuführen, die den Umsatzrückgang bei Bildröhrengeräten von fast 20 Mio. Euro übersteigen. Das dynamische Marktwachstum bei Flachdisplaygeräten und das breitere Loewe Produktprogramm ermöglichten hier eine Vervierfachung der Umsätze im ersten Quartal 2005 gegenüber dem Vorjahresquartal. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flachbildgeräte auf 65 % angestiegen.

Verlust im ersten Quartal auf 1,9 Mio. Euro reduziert

Die EBIT-Verbesserung von -7,2 Mio. Euro im Vorjahresquartal auf -1,9 Mio. Euro im ersten Quartal 2005 ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen, einen günstigeren Produktmix und die reduzierten Kosten zurückzuführen. Unter Berücksichtigung der Finanzierungskosten und der Ertragsteuern beläuft sich der Fehlbetrag nach Anteilen Dritter im ersten Quartal auf -2,7 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie auf -0,26 Euro.

Positiver Freier Cashflow von 11,1 Mio. Euro

Wie im ersten Quartal des Vorjahres wurde ein positiver Freier Cashflow erwirtschaftet, da sich insbesondere die Forderungen aus Warenlieferungen saisonbedingt erheblich reduzierten.

Rückgang der Mitarbeiterzahl um 14 % auf 958 Personen

Als Folge des Restrukturierungsprogramms ist die durchschnittliche Mitarbeiterzahl im Vorjahresvergleich um 152 auf 958 Personen gesunken. Gegenüber dem Stand zum 1. Januar 2005 wurden im ersten Quartal 2005 planmäßig 37 Stellen abgebaut.

DYNAMISCHES MARKTWACHSTUM UND SCHNELLE PREISEROSION

Der Markt für Fernsehgeräte in Europa ist im Zeitraum Dezember 2004 bis März 2005 gegenüber dem Vorjahreszeitraum mengenmäßig um 17% gewachsen*. Dies ist ausschließlich auf das starke Wachstum der Flachdisplaygeräte zurückzuführen. Die Anzahl der verkauften Bildröhrengeräte ist nur leicht angestiegen und konzentriert sich auf Standardgeräte in den Einstiegspreisklassen. Das Absatzwachstum wurde wesentlich durch Preisreduzierungen gestützt. Die Preise von Bildröhrengeräten sind im Schnitt um 24% gesunken. Besonders preisaggressiver Wettbewerb herrscht bei Plasma-Fernsehgeräten, die sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 40% verbilligten.

Der wertmäßige Markt für Fernsehgeräte in Europa ist im Gesamtjahr 2004 um 13% auf 12,9 Mrd. Euro gewachsen. Im Zeitraum von Dezember 2004 bis März 2005 hat sich – trotz Preiserosion – das wertmäßige Wachstum auf 22% verstärkt. Der Rückgang bei Bildröhrengeräten von 23% wurde durch das hohe Wachstum der Flachdisplaygeräte mehr als ausgeglichen. Hierdurch ist der wertmäßige Anteil der Bildröhrengeräte am Gesamtmarkt von 72% im Vorjahreszeitraum auf unter 50% gesunken.

Der wertmäßige Marktanteil von Loewe auf Basis Umsatz im Fachhandel in Europa hat sich in der Periode von Dezember 2004 bis März 2005 um 0,5%-Punkte auf 3,7% gegenüber dem Vorjahreszeitraum ermäßigt. Dies ist auf den rückläufigen Marktanteil bei Bildröhrengeräten zurückzuführen. Da Bildröhrengeräte fast ausschließlich preisaggressiv vermarktet werden, ist der Loewe Marktanteil von 5,7% auf 5,0% gesunken. Demgegenüber konnte mit der Loewe Produktoffensive der Marktanteil in dem wichtigen LCD-Segment von 0,9% auf 4,0% vervierfacht werden.

LOEWE UMSATZ 12 % ÜBER VORJAHRESQUARTAL

Nachdem der Umsatz im ersten Halbjahr 2004 noch um 14% rückläufig war, konnte im zweiten Halbjahr 2004 der Umsatz leicht gesteigert werden. Anfang 2005 haben sich die Rahmenbedingungen für Loewe weiter verbessert, so dass im ersten Quartal 2005 ein deutliches Umsatzwachstum in Höhe von 12% erzielt werden konnte. Hauptursache sind die um 27,5 Mio. Euro angestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten, die den Umsatzrückgang bei Bildröhrengeräten von fast 20 Mio. Euro mehr als überkompensierten.

Umsatzstruktur nach Produktbereichen

in Mio. Euro	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	± in %
Fernsehgeräte	55,8	48,1	16
DVD-Player	2,0	0,8	150
Videorecorder	0,3	0,6	- 50
Hi-Fi	0,8	0,8	0
Zubehör und sonstige Erlöse	5,4	7,2	- 25
Gesamt	<u>64,3</u>	<u>57,5</u>	<u>12</u>
davon: Inland	31,0	31,5	- 2
davon: Ausland	33,3	26,0	28

* Alle nachfolgenden Marktdaten beziehen sich auf den europäischen Elektrofach-Einzelhandel im Zeitraum Dezember 2004 bis März 2005 und werden von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben.

Hauptumsatzträger bei Loewe sind weiterhin Fernsehgeräte, die über 85 % des Gesamtumsatzes repräsentieren. Im ersten Quartal 2005 sind die Verkäufe um 16 % auf 55,8 Mio. Euro gestiegen. Dies ist hauptsächlich auf die höheren Umsätze mit großformatigen LCD-Fernsehern ab 26" Bilddiagonale zurückzuführen, die ab März 2004 sukzessive in den Markt eingeführt wurden. Die LCD-Umsätze im Vergleichszeitraum des Vorjahres betreffen fast ausschließlich kleinformatige LCD-Fernseher mit einer Bilddiagonale von 15" oder 20".

Ebenfalls stark angestiegen sind die Verkäufe von Plasma-Fernsehern, da Ende 2004 der Concept 42, ein preislich attraktiv positioniertes Einstiegsgerät, und im Februar 2005 der Xelos 42 neu in den Markt eingeführt wurden.

Das weiterhin dynamische Marktwachstum bei Flachdisplaygeräten und das breitere Loewe Produktprogramm ermöglichten eine deutliche Umsatzsteigerung im ersten Quartal 2005. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flachbildgeräte im ersten Quartal 2005 auf 65 % angestiegen, nach nur 18 % im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Der Umsatzrückgang bei Bildröhrengeräten hat sich beschleunigt. Im ersten Quartal 2005 sank der Umsatz um 50 % auf 19,7 Mio. Euro. Neben dem Absatzrückgang um 35 % haben sich die um 23 % geringeren Durchschnittserlöse negativ ausgewirkt.

Umsatzstruktur Fernsehgeräte

in Mio. Euro	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004	± in %
Bildröhren	19,7	39,5	- 50
Flachdisplay	36,1	8,6	320
davon: LCD	28,6	6,0	377
davon: Plasma	6,8	1,7	300
davon: Rückprojektion	0,7	0,9	- 22
Gesamt	<u>55,8</u>	<u>48,1</u>	<u>16</u>
Umsatzanteil Bildröhrengeräte	35 %	82 %	
Umsatzanteil Flachdisplaygeräte	65 %	18 %	

Die Umsätze mit Videorecordern waren aufgrund der erwarteten Substitutionseffekte durch DVD-Geräte rückläufig. Durch die Markteinführung eines Loewe DVD-Recorders im August 2004 konnten die Umsätze gegenüber dem Vorjahresquartal mehr als verdoppelt werden. Dagegen sind die Zubehörumsätze rückläufig, da der gestiegene Anteil von Flachdisplaygeräten die Nachfrage nach Racks und anderen Aufstelllösungen verringerte.

Der Umsatzzuwachs im ersten Quartal ist ausschließlich auf das dynamische Wachstum des Auslandsgeschäfts zurückzuführen. Deutschland ist zwar weiterhin der wichtigste Absatzmarkt für Loewe, der Umsatz im Heimatmarkt erreichte aber mit 31,0 Mio. Euro nur das Niveau des Vorjahres. Rund 50 % der Inlandsumsätze von Loewe entfallen noch auf Bildröhrengeräte. Demgegenüber ermöglicht der auf fast 80 % gestiegene Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte im Ausland ein dynamisches Wachstum. Die Auslandsumsätze stiegen um 28 % auf 33,3 Mio. Euro. Insbesondere in Spanien konnten die Umsätze mehr als verdoppelt werden, da Loewe den Auftrag einer namhaften spanischen Händlergruppe für eine groß angelegte Frühjahrsaktion erhielt.

VERLUST DEUTLICH REDUZIERT

Nach einem EBIT von –7,2 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres ergab sich im ersten Quartal 2005 ein EBIT von –1,9 Mio. Euro. Die Ergebnisverbesserung ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen, einen günstigeren Produktmix und die reduzierten Kosten zurückzuführen.

Insbesondere der gestiegene Anteil der Flachdisplaygeräte, die verbesserten Fixkostendeckungen der Bereiche Produktion, Entwicklung und Qualität und die Kostenentlastungen aus der Entwicklungskooperation mit Sharp ermöglichten einen Anstieg des Bruttoergebnisses um 2,9 Mio. Euro auf 13,7 Mio. Euro. Die Bruttodeckungsmarge verbesserte sich hierdurch von 18,8% auf 21,3%.

Die Marketing- und Vertriebskosten konnten um 3,8 Mio. Euro reduziert werden. Neben reduzierten Werbeausgaben und geringeren Garantiekosten hat sich das Kostensenkungsprogramm entlastend ausgewirkt. Darüber hinaus war das erste Quartal 2004 von einem negativen Sonder-effekt betroffen, da dubiose Forderungen in Höhe von 1,0 Mio. Euro wertberichtigt werden mussten.

Die Allgemeinen Verwaltungskosten liegen aufgrund der eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen leicht unter dem Vorjahreswert. Durch den höheren Umsatz reduzierten sie sich auf 3,5% vom Umsatz.

Das Sonstige betriebliche Ergebnis in Höhe von –1,1 Mio. Euro betrifft im Wesentlichen Kosten für Restrukturierungsmaßnahmen. Demgegenüber war das Vorjahresquartal durch die Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen (1,0 Mio. Euro) begünstigt.

Die wesentlichen Einsparungen aus dem Kostensenkungsprogramm betreffen im ersten Quartal 2005 die um 2,5 Mio. Euro geringeren Personalkosten und die um 1,4 Mio. Euro reduzierten Werbekosten.

Die höheren Finanzierungskosten im ersten Quartal 2005 sind durch geleistete Einmalzahlungen im Zusammenhang mit den erteilten Finanzierungszusagen entstanden.

INVESTITIONEN AUF VORJAHRESNIVEAU

Investitionen und Abschreibungen

in Mio. Euro	1. Quartal 2005		1. Quartal 2004	
	Investition	Abschreibung	Investition	Abschreibung
Immaterielle Vermögensgegenstände	1,7	1,9	1,8	2,2
Sachanlagen	1,3	3,1	1,1	3,4
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,4	0,0
Gesamt	<u>3,0</u>	<u>5,0</u>	<u>3,3</u>	<u>5,6</u>

Die Investitionen des ersten Quartals 2005 lagen mit 3,0 Mio. Euro auf Vorjahresniveau. Sie betreffen im Wesentlichen Werkzeuge für neue Produkte (0,7 Mio. Euro) und die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (1,6 Mio. Euro).

VERBESSERTER BILANZSTRUKTUR

Die Bilanzstruktur zum 31. März 2005 hat sich durch die im ersten Quartal abgeschlossene Kapitalerhöhung und die Optimierung des Nettoumlaufvermögens deutlich verbessert. Dadurch konnten die Nettobankverbindlichkeiten (inklusive langfristiger Kredite) zum 31. März von 21,8 Mio. Euro im Vorjahr auf 7,2 Mio. Euro zum Ende des ersten Quartals 2005 reduziert werden. Die Eigenkapitalbasis konnte durch die Kapitalerhöhung auf 32,8 Mio. Euro verbessert werden. Die Eigenkapitalquote beträgt rund 20%.

Wesentliche Bilanzpositionen

in Mio. Euro	31. März 2005	31. Dez. 2004	31. März 2004
Anlagevermögen	49,2	51,2	60,3
Nettoumlaufvermögen	10,2	22,9	21,8
Eigenkapital	32,8	19,4	36,6
Nettobankverbindlichkeiten	7,2	34,1	21,8
Factoring	11,1	27,4	9,9

Das Nettoumlaufvermögen wurde weiter reduziert und erreicht mit 10,2 Mio. Euro ein sehr niedriges Niveau. Beim Vorratsvermögen erfordert der schnelle Preisrückgang im Absatz- und Beschaffungsmarkt eine konsequente Minimierung der Lagerbestände. Diese wurden auf 33,2 Mio. Euro gesenkt. Die durchschnittliche Lagerreichweite entspricht unserem Zielwert. Die Lieferungsorderungen und anderen Aktiva entsprechen ungefähr dem Vorjahresvergleichswert. Der umsatzbedingte Anstieg der Forderungen wurde durch das ebenfalls leicht gestiegene Factoringvolumen kompensiert. Die Verringerung der Sonstigen Rückstellungen seit dem Jahresende 2004 ist auf die saisonübliche Vergütung der Jahresbonifikationen an die Händler zurückzuführen.

Nettoumlaufvermögen

in Mio. Euro	31. März 2005	31. Dez. 2004	31. März 2004
Vorräte	33,2	36,4	40,7
davon: RHB	14,1	16,5	15,6
davon: Fertige Erzeugnisse	19,1	19,9	25,1
Lieferungsorderungen und andere Aktiva	46,4	57,9	46,7
Sonstige Rückstellungen	- 39,8	- 43,4	- 39,1
Lieferungsverbindlichkeiten, andere Passiva	- 29,6	- 28,0	- 26,5
Gesamt	<u>10,2</u>	<u>22,9</u>	<u>21,8</u>

FREIER CASHFLOW AUF VORJAHRESNIVEAU

Cashflow

in Mio. Euro	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	14,1	14,1
Investitionstätigkeit	- 3,0	- 3,3
Freier Cashflow	<u>11,1</u>	<u>10,8</u>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	- 0,1	- 3,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	15,9	- 0,1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>26,9</u>	<u>7,5</u>

Wie im ersten Quartal des Vorjahres wurde ein positiver Freier Cashflow erwirtschaftet, da sich insbesondere die Forderungen aus Warenlieferungen saisonbedingt in starkem Umfang reduzierten.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 14,1 Mio. Euro entspricht dem Vorjahresvergleichswert. Die positiven Liquiditätseffekte aufgrund der geringeren Verluste und der höheren Lieferantenverbindlichkeiten wurden durch die niedrigeren Zahlungseingänge aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen kompensiert.

Der positive Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 15,9 Mio. Euro betrifft den Nettozufluss aus der im ersten Quartal realisierten Kapitalerhöhung nach Abzug der damit in Zusammenhang stehenden Kosten. Insgesamt hat sich der Finanzmittelfonds um 26,9 Mio. Euro verbessert. Die kurzfristigen Bankschulden, die zum 31. Dezember 2004 mit 25,5 Mio. Euro valutierte, konnten zum Quartalsende fast vollständig abgebaut werden.

AUFZUGEBENDER GESCHÄFTSBEREICH USA

Aufzugebender Geschäftsbereich USA

in Mio. Euro	1. Quartal 2005	1. Quartal 2004
Umsatz	0,0	2,7
Fehlbetrag	0,0	- 3,7
Freier Cashflow	- 0,1	- 3,2
Personal (Personen)	0	15

Die Abwicklung des aufzugebenden Geschäftsbereiches läuft planmäßig.

ENTWICKLUNG UND PRODUKTION

Im ersten Quartal 2005 konnte plangemäß das Produktsortiment im Flachdisplaybereich weiter ausgebaut werden. Die Xelos-Familie wurde zum einen durch ein weiteres LCD-Produkt im 32"-Format mit integrierter Elektronik „Xelos A 32“ ergänzt und zum anderen wurde das Plasma-Sortiment durch ein hochauflösendes 42"-Gerät, „Xelos A 42“, ebenfalls mit integrierter Chassis-Elektronik, erweitert. Beide Produkte, wie auch das schon vorher eingeführte Xelos A 26-Gerät, haben mittlerweile erste Plätze in vergleichenden Produkttests belegt. Der Schwerpunkt bei allen Flachdisplayprodukten liegt bei der konsequenten Digitalisierung aller Empfangswege und der einfachen Bedienbarkeit.

Planmäßig weitergeführt wurden die Entwicklungsarbeiten an der Concept-Familie, die im zweiten Quartal in Produktion gehen wird, und an einem neuen individuell konfigurierbaren Produktsystem, welches zur IFA 2005 der Öffentlichkeit präsentiert werden soll.

Auf dem Gebiet der Bildröhrengeräte wurden weitere Reengineering-Maßnahmen umgesetzt, um den rapide fallenden Preisen Rechnung zu tragen.

Auf Basis des heutigen Chassis wurde die Entwicklung einer neuen Elektronikplattform betrieben, welche zum einen die Möglichkeit bietet, den digitalen Videorecorder DR+ in integrierter Form zu realisieren und zum anderen durch die Implementierung des Softwarepaketes MHEG5 eine bessere Vermarktungsmöglichkeit in England ermöglicht.

Entsprechend den Verträgen mit Sharp konnte planmäßig das Joint Development Center gestartet werden, in welchem schwerpunktmäßig eine Chassis-Generation für das hochauflösende Fernsehen entwickelt werden soll. Ebenso erfolgte durch Sharp die offizielle Beauftragung einer OEM-Gerätelinie in den Formaten 26", 32" und 37", welche ab dem dritten Quartal bei Loewe in Produktion genommen werden soll.

Die zum Teil geförderten Technologieprojekte konzentrierten sich auf Softwarelösungen für Produkte der nächsten Generation und auf Themen, die mit der intelligenten Bedienung dieser Produkte in Zusammenhang stehen.

Testergebnisse 2005

Video 2/2005

Loewe Spheros R 37 Masterpiece: „Das Meisterstück von Loewe wird mit Bestnoten Testsieger im LCD-High-End-Segment“

Video 2/2005

Testsieger Loewe gibt mit seinem EPG neue „Maßstäbe für den Wettbewerb“ vor

Video 3/2005

„Loewe Xelos A 26 lässt als Testsieger alle Mitbewerber weit hinter sich“

Audio-Video-Foto-Bild 5/2005

Testsieger Xelos A 42: „Wer Wert auf gute Bildqualität legt und die Kosten von 4.600 Euro nicht scheut, wird am Testsieger „Loewe Xelos A 42“ mehr Freude haben.“

HomeVision 5/2005

Articos 55 – Testsieger Rückprojektion: „Im Test konnte kein Gerät ein so gutes Bild liefern und dabei selbst noch so schick und elegant aussehen.“

Video 5/2005

Xelos A 32/Xelos A 42 – Testsieger „HD ready“: „Vor allem die beiden Testsieger von Loewe zeigen der Konkurrenz, dass HDTV-Kompatibilität kein Hexenwerk ist.“

MARKETING UND VERTRIEB

Die Produkt- und Marketingoffensive geht weiter. Das attraktivste großformatige Flat-TV-Sortiment der Branche zu haben, ist für Loewe Anspruch und Handlungsdirektive zugleich. Mit den Markteinführungen von Xelos A 42 und Xelos A 32 vervollständigt Loewe im ersten Quartal die Produktkategorie Art und setzt damit auch in 2005 die hohe Frequenz von Produkteinführungen fort.

Eine Vielzahl von Designauszeichnungen und unabhängigen Testsiegen, die Loewe Produkte schon im ersten Quartal erzielen konnten, unterstreicht eines eindrucksvoll: Loewe ist bei Flachdisplay-TVs auf dem Weg zur führenden Premiummarke.

Die schnelle und effektive Information des Fachhandels liegt im Fokus der Loewe Kommunikation des ersten Quartals. Herzstück bildet dabei der Loewe Jahresstart-Folder, der alle Fachhandelspartner über die Gesamtaktivitäten des ersten Halbjahres 2005 informiert. Die durchgeführte Neustrukturierung des Loewe Customer Care Centers trägt ebenfalls stark zur Verbesserung der Information an den Fachhandel und die Endkunden bei. Um größtmögliche Aktualität zu gewährleisten, wurde zusätzlich der Loewe Newsletter neu aufgelegt, der in regelmäßigen Abständen den Fachhandel mit weiteren wichtigen Informationen versorgt.

Die Loewe Distribution in den europäischen Kernmärkten wird mit den neuen Produkten im LCD-/Plasma-Bereich weiter ausgebaut. Parallel dazu wurde die Qualifizierung unserer Verkaufspunkte sowie die Neukundengewinnung in ausgewählten Märkten fortgesetzt. Durch diese Maßnahmen konnten die Distributionswerte erhöht werden.

Ein weiterer Schwerpunkt im ersten Quartal war die Teilnahme an den Fachmessen der großen Einkaufskooperationen in Deutschland. Hier wurde das gesamte Loewe Programm mit neuen Displays auf den neuen Präsentationssystemen gezeigt. Die Vorstellung der Loewe Produkte fand die volle Akzeptanz unserer Handelspartner.

Besonderes Augenmerk legt Loewe im zweiten Quartal 2005 auf die Markteinführung von Concept L 32 und Concept L 26. Als preislich attraktiv positionierte Einstiegsprodukte runden die Concept-Geräte das Portfolio im Produktsegment Life ab. Mit aufmerksamkeitsstarker Kommunikation, Literatur und Dialogmarketingmaßnahmen unterstützen wir unseren Loewe Fachhandelspartner für eine erfolgreiche Markteinführung der Concept-Linie.

Designauszeichnungen 2005



reddot design award

reddot design Award

Spheros R 37 Masterpiece (Best of the Best), Xelos SL 32, Xelos A 42, Concept L 42



iF Design Award

Spheros R 37 Masterpiece, Spheros 37 HD, Flat-TV-Stand 3, Modus C 32, Concept L 42



Plus X Award

Spheros R 37 Masterpiece



Good Design, Chicago

Mimo 20

MITARBEITERZAHL RÜCKLÄUFIG

Der Rückgang der Mitarbeiterzahlen resultiert aus dem Mitte 2003 eingeleiteten Restrukturierungsprogramm. Zum 1. Januar 2005 waren bei Loewe noch 995 Personen beschäftigt. Die bereits in 2004 definierten und eingeleiteten Personalmaßnahmen reduzierten den Personalbestand zum Ende des ersten Quartals 2005 auf 958 Personen. Gegenüber dem vergleichbaren Vorjahresquartal ist die Mitarbeiterzahl von 1.110 auf 958 Personen gesunken. Der Rückgang um 152 Personen betrifft alle Unternehmensbereiche.

RISIKEN DER KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG

Die wesentlichen Risiken betreffen das rückläufige Geschäftsvolumen bei Bildröhrengeräten, die erfolgreiche Positionierung eines wettbewerbsfähigen Flachdisplay-Sortimentes im Premiumsegment, die Erarbeitung technologischer Differenzierungspotenziale, attraktive Beschaffungskonditionen, eine ausreichende Materialverfügbarkeit, die Sicherstellung der Produktqualität, Risiken im Auslandsgeschäft sowie die Sicherstellung der Finanzierung. Die einzelnen Risiken stehen zum Teil in Wechselbeziehung zueinander und können sich kumulieren.

Der ausführliche Risikobericht ist im Geschäftsbericht für das Jahr 2004 auf den Seiten 39 bis 43 abgedruckt. Grundlegende Veränderungen gegenüber dem Vorjahr haben sich im ersten Quartal 2005 nicht ergeben.

ANGABEN ÜBER BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN (IAS 24)

Die Sharp Cooperation, Osaka, Japan, ist seit dem 1. Februar 2005 mit rund 29% an der Loewe AG beteiligt. Sharp liefert an Loewe LCD-Panels und beteiligt sich an den Kosten des gemeinsamen Entwicklungszentrums in Kronach. Darüber hinaus ist geplant, dass Loewe TV-Geräte für Sharp produziert und Loewe kleinformatische LCD-TV-Geräte von Sharp bezieht.

SONSTIGE ANGABEN

Zum 31. März 2005 waren, gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2004 unverändert, 581.425 Aktien der Loewe AG in den Händen des Vorstands.

Zur Umsetzung der EU-Richtlinie 2002/96/EG (Verpflichtung zur Rücknahme und Verwertung von Elektro- und Elektronik-Altgeräten) wurde zum 1. April 2005 zusammen mit Philips GmbH und Sharp Electronics (Europe) GmbH die „Pro Return, Gesellschaft des bürgerlichen Rechts mit beschränkter Haftung“ gegründet. Zweck der Gesellschaft ist die Erfüllung der sich aus dem ElektroG ergebenden individuellen Verpflichtungen zur Rücknahme und Verwertung von Altgeräten.

Andere wesentliche Ereignisse nach Quartalsende sind nicht eingetreten.

AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2005

Wegen der weiter steigenden Bedeutung der Marke und des Premiumsegmentes im Flachdisplay-TV-Markt erwarten wir in 2005 eine leichte Zunahme des Umsatzes mit Loewe Produkten. Im zweiten Halbjahr werden zusätzlich Umsätze mit Sharp hinzukommen. Größte Unwägbarkeit und Herausforderung zugleich ist auch in diesem Jahr der starke Preisverfall bei Fernsehgeräten. Mit dem höheren Geschäftsvolumen und den eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen erwarten wir für das laufende Geschäftsjahr ein Ergebnis, das im Bereich eines ausgeglichenen EBIT liegt.

Kronach, den 9. Mai 2005

Der Vorstand

Dr. Hecker *B. Bamberger* *G. Schaas*

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

G. Schaas

- **Spheros R 37 Masterpiece**
- 94 cm Bilddiagonale
- Durchgängige Glasfront
- Aufwändige Verarbeitung
- Skulpturaler Charakter



KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. QUARTAL 2005

	Januar – März 2005		Januar – März 2004	
	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%
Umsatzerlöse*	64,3	100,0	57,5	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen*	– 50,6	– 78,7	– 46,7	– 81,2
Bruttoergebnis vom Umsatz*	<u>13,7</u>	<u>21,3</u>	<u>10,8</u>	<u>18,8</u>
Marketing- und Vertriebskosten*	– 12,3	– 19,1	– 16,1	– 28,0
Allgemeine Verwaltungskosten*	– 2,2	– 3,5	– 2,3	– 4,0
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen*	– 1,1	– 1,7	0,4	0,7
Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT)*	<u>– 1,9</u>	<u>– 3,0</u>	<u>– 7,2</u>	<u>– 12,5</u>
EBIT des aufzugebenden Geschäftsbereiches	0,0	0,0	– 3,7	– 6,4
EBIT, Gesamt	<u>– 1,9</u>	<u>– 3,0</u>	<u>– 10,9</u>	<u>– 18,9</u>
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	– 1,5	– 2,3	– 1,2	– 2,1
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	<u>– 3,4</u>	<u>– 5,3</u>	<u>– 12,1</u>	<u>– 21,0</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,7	1,1	4,0	7,0
Konzernfehlbetrag nach Ergebnisanteilen Dritter**	<u>– 2,7</u>	<u>– 4,2</u>	<u>– 8,1</u>	<u>– 14,0</u>
** davon: fortzuführender Geschäftsbereich	<u>– 2,7</u>	<u>– 4,2</u>	<u>– 4,4</u>	<u>– 7,7</u>
* nur fortzuführender Geschäftsbereich				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich	– 0,26		– 0,61	
Zahl der ausgegebenen Aktien zum 31.03.	10.407.383		7.176.600	

KONZERNBILANZ 31. MÄRZ 2005

in Mio. Euro	31. März 2005	31. Dez. 2004	31. März 2004
Aktiva			
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände	6,0	6,1	9,0
Sachanlagen	42,4	44,3	50,6
Finanzanlagen	0,8	0,8	0,7
Anlagevermögen, Gesamt	<u>49,2</u>	<u>51,2</u>	<u>60,3</u>
Umlaufvermögen			
Vorräte	33,2	36,4	40,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	43,1	51,8	42,7
Andere kurzfristige Forderungen	3,2	6,1	4,2
Liquide Mittel	4,2	2,1	5,1
Umlaufvermögen, Gesamt	<u>83,7</u>	<u>96,4</u>	<u>92,7</u>
Latente Steuerforderungen	<u>26,2</u>	<u>24,9</u>	<u>18,7</u>
Vermögenswerte des aufzugebenden Geschäftsbereiches	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>	<u>5,9</u>
Summe Aktiva	<u>159,1</u>	<u>172,5</u>	<u>177,6</u>
Passiva			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	10,4	7,9	7,2
Kapitalrücklage	25,3	11,7	38,3
Ergebnisvortrag	- 2,9	- 0,2	- 8,9
Eigenkapital, Gesamt	<u>32,8</u>	<u>19,4</u>	<u>36,6</u>
Anteile in Fremdbesitz	<u>1,0</u>	<u>1,0</u>	<u>1,2</u>
Rückstellungen			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	36,1	36,2	27,1
Steuerrückstellungen	7,5	7,3	8,7
Sonstige Rückstellungen	39,8	43,4	39,1
Rückstellungen, Gesamt	<u>83,4</u>	<u>86,9</u>	<u>74,9</u>
Verbindlichkeiten			
Langfristige Schulden	10,5	10,5	9,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24,8	21,7	21,3
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	5,6	32,0	30,8
Verbindlichkeiten, Gesamt	<u>40,9</u>	<u>64,2</u>	<u>62,0</u>
Rückstellungen und Verbindlichkeiten des aufzugebenden Geschäftsbereiches	<u>1,0</u>	<u>1,0</u>	<u>2,9</u>
Summe Passiva	<u>159,1</u>	<u>172,5</u>	<u>177,6</u>

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS MÄRZ 2005/2004

in Mio. Euro	2005	2004
Laufende Geschäftstätigkeit		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	- 3,4	- 8,4
Abschreibungen auf Anlagevermögen	5,0	5,6
Abnahme der Pensionsrückstellungen	- 0,1	0,0
Ertragsteuerzahlungen	- 0,2	- 0,2
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	<u>1,3</u>	<u>- 3,0</u>
Veränderung des Nettoumlaufvermögens		
Abnahme der Vorräte	3,2	2,4
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	11,6	25,4
Abnahme der Sonstigen Rückstellungen	- 3,6	- 8,2
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	1,6	- 2,5
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	<u>12,8</u>	<u>17,1</u>
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	<u>14,1</u>	<u>14,1</u>
Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 3,0	- 3,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit	<u>- 3,0</u>	<u>- 3,3</u>
Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches	11,1	10,8
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	- 0,1	- 3,2
Freier Cashflow, Gesamt	<u>11,0</u>	<u>7,6</u>
Finanzierungstätigkeit		
Kapitalerhöhung	15,9	0,0
Tilgung von Krediten	0,0	- 0,1
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	<u>15,9</u>	<u>- 0,1</u>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>26,9</u>	<u>7,5</u>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	31. März 2005	31. Dez. 2004	±
Liquide Mittel	4,2	2,1	2,1
Kurzfristige Bankschulden	- 0,7	- 25,5	24,8
Finanzmittelbestand	<u>3,5</u>	<u>- 23,4</u>	<u>26,9</u>

KONTAKTE

Loewe AG
Industriestraße 11
D-96317 Kronach

Postfach 1554
D-96305 Kronach

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

Public Relations: +49 (0) 92 61/99-477
E-Mail: presse@loewe.de

Customer Care Center: +49 (0) 18 01/22 25 63 93
E-Mail: ccc@loewe.de

Telefon Zentrale: +49 (0) 92 61/99-0
Internet: 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®



Industriestraße 11
D-96317 Kronach
www.loewe.de

Loewe Aktie:
Börsenkürzel: LOE
ISIN Code: DE 0006494107

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

LOEWE.