



Geschäftsbericht 2000 **MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN**

**LOEWE.**

## ERFOLG IN ZAHLEN

| in Mio. Euro  | IAS          |              |              | HGB/pro forma |              |
|---|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
|   | 2000         | 1999         | 1998         | 1997          | 1996         |
| <b>Umsatz</b>   | <b>363,6</b> | <b>309,5</b> | <b>283,2</b> | <b>236,5</b>  | <b>227,4</b> |
| Ausland   | 151,8        | 111,0        | 90,1         | 61,0          | 51,8         |
| Ausland in %  | 41,7         | 35,9         | 31,8         | 25,8          | 22,8         |
| Unterhaltungselektronik                                   | 288,8        | 278,5        | 248,9        | 205,4         | 197,2        |
| Multimedia  | 50,9         | 5,8          | 2,9          | –             | –            |
| Telekommunikation   | 23,9         | 25,2         | 31,4         | 31,1          | 30,2         |
| <b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)*</b>            | <b>21,9</b>  | <b>18,0</b>  | <b>14,2</b>  | <b>7,4</b>    | <b>5,6</b>   |
| Unterhaltungselektronik                                   | 20,2         | 19,5         | 15,9         | 6,2           | 4,4          |
| Multimedia  | 2,1          | – 1,0        | – 1,1        | –             | –            |
| Telekommunikation   | – 0,4        | – 0,5        | – 0,6        | 1,2           | 1,2          |
| Konzernjahresüberschuss/-fehlbetrag nach Anteilen Dritter | 12,0         | 5,3          | 1,7          | – 0,2         | 2,2          |
| Ergebnis je Aktie in Euro**                               | 1,70         | 1,16         | 0,88         | 0,50          | 0,34         |
| Dividende je Aktie in Euro                                | 0,85         | 0,0          | 0,0          | 0,0           | 0,0          |
| <b>Vermögenslage</b>                                      |              |              |              |               |              |
| Eigenkapital  | 69,5         | 57,5         | 15,3         | 15,2          | 15,8         |
| Bilanzsumme   | 205,1        | 177,6        | 160,3        | 133,7         | 134,7        |
| Eigenkapitalquote in %                                    | 33,9         | 32,4         | 9,5          | 11,4          | 11,7         |
| <b>Weitere Kennzahlen</b>                                 |              |              |              |               |              |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit                 | 31,1         | 28,4         | 14,2         | 29,6          | 9,7          |
| Investitionen   | 23,7         | 18,5         | 18,2         | 15,8          | 12,7         |
| Abschreibungen  | 18,5         | 16,2         | 16,8         | 10,7          | 10,6         |
| Entwicklungskosten  | 12,0         | 11,3         | 10,6         | 10,0          | 9,4          |
| Eigenkapitalrendite in %                                  | 17,3         | 9,2          | 11,2         | – 1,6         | 14,8         |
| Rendite auf Capital Employed in %                         | 11,9         | 5,6          | 1,9          | – 0,3         | 3,0          |
| Anzahl Mitarbeiter  | 1.106        | 1.087        | 1.071        | 1.048         | 1.097        |
| Umsatz je Mitarbeiter in Tsd. Euro                        | 329          | 285          | 264          | 226           | 207          |

## Loewe auf einen Blick

\* In 1999 und 2000 nach Umgliederung des Zinsanteils aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen in die Zinsaufwendungen

\*\* Bis 1999 nach Bereinigung um die außerordentlichen Aufwendungen einschließlich der darauf entfallenden Steuern vom Einkommen und Ertrag von 40 %

# LOEWE AG

## GESCHÄFTSBEREICHE

Unterhaltungselektronik ■



■ Multimedia



■ Telekommunikation



| in Mio. Euro              | 2000  | 1999  | +/- in% |
|---------------------------|-------|-------|---------|
| Umsatz                    | 363,6 | 309,5 | + 17    |
| EBIT                      | 21,9  | 18,0  | + 22    |
| Ergebnis je Aktie in Euro | 1,70  | 1,16  | + 47    |

## ■ UNSER JAHR IN WORTEN

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Mission Statement                 | 3  |
| Vorwort des Vorstandsvorsitzenden | 4  |
| Bericht des Aufsichtsrates        | 6  |
| Die Loewe Aktie                   | 8  |
| Jahreschronik                     | 12 |
| Management Report                 | 14 |
| Perfektion erleben                | 56 |
| Ästhetik erleben                  | 62 |
| Innovation erleben                | 68 |
| Internationale Märkte             | 74 |

## ■ UNSER JAHR IN ZAHLEN

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Jahresabschluss                      | 80  |
| Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung | 83  |
| Konzernbilanz                        | 84  |
| Konzern-Kapitalflussrechnung         | 85  |
| Konzernanhang der Loewe AG           | 86  |
| Organe und Mandate                   | 108 |
| Konzerntestat                        | 110 |
| Stichwortverzeichnis                 | 111 |
| Termine                              | 112 |
| Kontakte                             | 113 |
| Impressum                            | 113 |



**MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN – MIT ALLEN SINNEN SEHEN UND HÖREN**

Sehen und Hören sind unsere Profession. Auge und Ohr die Schlüssel zu den Sinnen, die aus Bildern und Klängen Erlebnisse machen. Loewe fängt sie ein, gibt ihnen formschöne Gestalt und reine Eleganz. Das ist unsere Philosophie. Sie lebt von hohen ästhetischen Ansprüchen, überraschenden Ideen und dem starken Willen zur Qualität. Angereichert um viele Pixel „Zukunft“. Wir sind innovativ, weil wir nach Perfektion streben. Wir investieren in den Bereich Multimedia, nicht um des Trends willen, sondern weil wir fest von seinem Erfolg überzeugt sind. Wir haben eine klare, eigene Vorstellung davon, was uns weiterbringt. Das ist es, was uns immer besser und erfolgreicher macht. Auf diesem Weg bleiben wir auch in Zukunft.



**GERHARD SCHAAS**

Dipl.-Ingenieur,  
verantwortlich für  
Entwicklung und Produktion.  
Seit 1973 bei Loewe.

**DR. BURKHARD BAMBERGER**

Dipl.-Kaufmann, verantwortlich  
für Finanzen, Controlling und IT.  
Seit 1998 bei Loewe.

**DR. RAINER HECKER**

Dipl.-Wirtschaftsingenieur,  
Vorsitzender des Vorstandes,  
verantwortlich für Strategie  
und Dienstleistungen.  
Seit 1982 bei Loewe.

**KLAUS DEISLER**

Kaufmann, verantwortlich  
für Marketing und Vertrieb.  
Seit 1979 bei Loewe.

## MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN – MIT ALLEN SINNEN GENIESSEN

### SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

2000 war das bisher erfolgreichste Jahr in der Unternehmensgeschichte von Loewe.

Die Verbesserung unserer Wettbewerbsposition mit Multimedia-Produkten, der gesteigerte Erfolg auf den europäischen Märkten und die weitere Erhöhung der Profitabilität haben das Jahr 2000 geprägt. In vielen für Loewe wichtigen Bereichen konnten wir überzeugende Fortschritte erzielen. Die Verleihung des Bundespreises Produktdesign für unseren Plasma-Fernseher Spheros und die über unseren Erwartungen liegende Nachfrage nach den im Jahr 2000 eingeführten Multimedia-Fernsehern sind hier zu nennen. Daneben haben wir durch die Investition einer neuen Produktionslinie am Standort Kronach die Produktivität der Fernsehertfertigung weiter verbessert und die Produktionskapazitäten der erhöhten Nachfrage nach Loewe Produkten angepasst.

Die solide Eigenkapitalausstattung der Gesellschaft und die nochmalige Steigerung der EBIT-Marge sowie unsere transparente Informationspolitik gegenüber den Aktionären haben dem Kurs der Loewe Aktie über das ganze Jahr eine überdurchschnittliche Performance verschafft. Nicht nur bezogen auf unser Börsensegment SMAX, sondern auch im Vergleich zu allen relevanten Marktindizes hat sich die Loewe Aktie im Jahr 2000 gut behauptet und mit einer Kursverdoppelung auch die gesteckten Erwartungen erfüllt. Darüber hinaus werden die Aktionäre durch den Dividendenvorschlag in Höhe von 0,85 Euro je Aktie auch am guten Ergebnis unseres Unternehmens angemessen beteiligt werden.

Loewe hat sich jedoch nicht nur bei Umsatz und Ergebnis deutlich über dem Branchendurchschnitt weiterentwickelt, sondern auch in entscheidenden Feldern Weichenstellungen für die Zukunft getroffen. Unsere neuen Partnerschaften, beispielsweise mit dem japanischen Weltmarktführer für LCD-Flachbildschirme SHARP oder mit dem ZDF bei der Internetadresserkennung, bestätigen unsere führende Marktposition und technologische Kompetenz.

UNSER OBERSTES ZIEL IST DIE KONTINUIERLICHE WERTSTEIGERUNG VON LOEWE

DURCH BALANCIERUNG DER INTERESSEN DER AKTIONÄRE, KUNDEN, MITARBEITER U

All dies erfolgt vor dem Hintergrund unserer Gesamtstrategie:

#### ■ AUSBAU UND INTERNATIONALISIERUNG DER PREMIUMMARKE LOEWE

Hier wollen wir eine weitere ertragsorientierte Optimierung des Loewe Produktprogrammes erreichen und unser internationales Geschäft mit Steigerungsraten von jährlich über 20 % ausbauen. Erhöhte Ausgaben für Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen sowie für Produktpräsentationssysteme werden die Markenbekanntheit und das Image steigern.

#### ■ FOKUSSIERUNG AUF INNOVATION, TECHNIK UND DESIGN

Mit der Erweiterung unserer Entwicklungsaktivitäten am Stammsitz und zusätzlich am neuen Standort Hannover wollen wir die technologische Spitzenposition in den Bereichen Home Cinema und Multimedia-Systeme sowie die Einführung verbesserter Bedien- und Vernetzungskonzepte sicherstellen. Dies wird einhergehen mit einem weiteren Ausbau unserer führenden Designkompetenz.

#### ■ VERSTÄRKUNG DER BEZIEHUNGEN ZU KUNDEN UND LIEFERANTEN

Wir haben uns mit der Loewe Online-Offensive das Ziel gesetzt, eine durchgängige e-Business-Lösung vom Lieferanten über die eigenen Wertschöpfungsstufen bis zu unseren Kunden zu installieren. Mit dem neu einzurichtenden Customer Care Center (CCC) wollen wir die Kundenbindung und Neukundengewinnung gezielt forcieren und den besten Endkundenservice der Unterhaltungselektronikbranche in den nächsten Jahren erreichen.

Loewe versteht sich als Multimedia Company nicht nur auf Grund der angebotenen Internet-Fernseher, sondern auch auf Grund der internen Ausrichtung der Organisation auf Internet-basierte Anwendungen: Bei der Schulung der über 3.000 Fachhändler, bei der Möglichkeit, online den Produktionsplan einzusehen, bei der Abstimmung der Vorlieferanten zu einer Just-in-time-Fertigung mit dem Einkauf, beim internationalen e-Commerce unter Einbeziehung des Fachhandels, aber auch bei einem alle Bereiche einschließenden Intranet und einer modernen, zeitnahen Informationsbasis für Aktionäre, Kunden und Lieferanten.

#### ■ AUSBLICK 2001

Loewe hat das Jahr 2000 erfolgreich genutzt, um seine führende Position in dem immer interessanter werdenden Multimediemarkt der Consumer Electronics auszubauen. Neue Produkte und Systemlösungen sowie neue Kunden zur Steigerung der Profitabilität werden auch in 2001 unser unternehmerisches Handeln bestimmen. Vor allem auf der in 2001 wieder stattfindenden Internationalen Funkausstellung in Berlin werden wir nicht nur an 70 Jahre elektronisches Fernsehen von Loewe erinnern, sondern eine Vielzahl neuer Produkte präsentieren. Das Jahr 2000 war ein außerordentlich erfolgreiches. Der Einsatz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat hieran einen besonderen Anteil, insbesondere um den wachsenden Anforderungen der Märkte schnell und kosteneffizient zu begegnen. In diesen Dank an die Mitarbeiter wird ausdrücklich der Betriebsrat eingeschlossen. Loewe ist auch für 2001 gut aufgestellt. Umsatzausweitungen bei nochmaliger Steigerung der EBIT-Marge sollen zu einem nochmals verbesserten Ergebnis führen. Bei den mehr als volatilen Kapitalmärkten sind unsere Anstrengungen auch darauf gerichtet, der Loewe Aktie noch mehr Beachtung in der Financial Community zu verschaffen. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg aktiv weiterhin begleiten.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

NEUE PRODUKTE, NEUE ANWENDUNGEN UND DAS STETE VERBESSERN  
DER PROFITABILITÄT WERDEN AUCH IN 2001 UNSER WIRKEN BESTIMMEN

DR. RAINER HECKER ZU DEN PERSPEKTIVEN DER LOEWE AG



PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER, VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATES

## LOEWE BLICKT AUF DAS ERFOLGREICHSTE JAHR SEINER GESCHICHTE ZURÜCK

### SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

Der Aufsichtsrat hat die sehr erfolgreiche Geschäftsentwicklung der Loewe AG, wie sie in dem vorliegenden Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2000 dokumentiert wird, in kontinuierlichem schriftlichen und mündlichen Kontakt mit dem Vorstand überwachend begleitet. Er unterstützt nachhaltig die vom Vorstand verfolgte Gesamtstrategie, welche die gute Wettbewerbsposition von Loewe weiter stärken soll. Im Rahmen der ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben hat der Aufsichtsrat die Geschäftsführung der Gesellschaft laufend überwacht. Er hat sich vom Vorstand regelmäßig und eingehend über den Gang der Geschäfte sowie über die wirtschaftliche Lage und Entwicklung der Gesellschaft und ihres Konzerns und über bedeutsame Geschäfte und Maßnahmen mündlich und schriftlich unterrichten lassen und diese Berichte mit dem Vorstand erörtert. Der Aufsichtsratsvorsitzende hat außerhalb der Sitzungen in ständigem Kontakt mit dem Vorstand Fragen der geschäftspolitischen Ausrichtung und der strategischen Ziele sowie wichtige Einzelvorgänge und Fragen der Besetzung von Führungspositionen besprochen.

Im Berichtszeitraum fanden turnusmäßig vier Sitzungen statt. Hierbei wurden die laufende Geschäftsentwicklung unter Einschluss des relevanten Umfelds, grundsätzliche Fragen der Geschäftspolitik, die Umsatz- und Ergebnisentwicklung sowie die Beschäftigungssituation und genehmigungspflichtige Geschäfte behandelt. Über Projekte und Vorgänge, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen informiert. In Einzelfällen, die mit dem Vorsitzenden ausführlich erörtert wurden, wurde der Aufsichtsrat, falls erforderlich und sachgerecht, um schriftliche Zustimmung gebeten.

Im Mittelpunkt der Sitzung am 17. April 2000 standen der Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 1999 sowie deren Prüfung. Die Sitzung diente auch der Vorbereitung der Hauptversammlung der Gesellschaft.

Am 29. Juni 2000 behandelte der Aufsichtsrat die aktuelle Geschäftsentwicklung. Am gleichen Tag fand die erste öffentliche Hauptversammlung der Loewe AG in München statt. Bei reger Beteiligung der Aktionäre fanden alle Tagesordnungspunkte die ungeteilte Zustimmung. In der Sitzung am 7. September 2000 hat der Aufsichtsrat sich unter anderem ausführlich mit Fragen strategischer Partnerschaften und der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle sowie Multimedia-Produkten befasst. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Entwicklung des Telekomgeschäfts.

In der Sitzung am 8. Dezember 2000 wurden die strategische Planung für den Loewe Konzern, das Budget für das Geschäftsjahr 2001 sowie die mittelfristige Planung bis zum Jahre 2004 mit dem Vorstand erörtert und von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet. Außerdem befasste sich der Aufsichtsrat eingehend mit der teilweisen Ausgliederung der Pensionsverpflichtungen in eine neue Tochtergesellschaft. Auf Vorschlag des Personalausschusses wurde Herr Thomas Bender mit Wirkung zum 1. April 2001 zum neuen Mitglied des Vorstands der Loewe AG bestellt. Zum gleichen Datum wird Herr Klaus Deisler aus gesundheitlichen Gründen sein Vorstandsmandat niederlegen.

Der Aufsichtsrat der Loewe AG dankt Herrn Klaus Deisler für seine langjährige, erfolgreiche Tätigkeit in den Bereichen Marketing und Vertrieb bei Loewe. Er hat maßgeblich dazu beigetragen, die starke Position der Gesellschaft bei ihren Kunden und das hohe Ansehen der Marke zu fördern.

Der Personalausschuss des Aufsichtsrates hat im Berichtsjahr zweimal getagt. Dabei ging es um Vorstandspersonalia, die hauptsächlich mit dem Ausscheiden von Herrn Deisler, der Suche nach einem geeigneten Nachfolger und der Bestellung von Herrn Bender zusammenhängen.

Der Vorstand hat den Jahresabschluss der Gesellschaft zum 31. Dezember 2000 und den Lagebericht für das Geschäftsjahr 2000 nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes erstellt. Der Konzernabschluss sowie der Konzernlagebericht der Loewe AG sind gemäß § 292a HGB nach den Vorschriften der International Accounting Standards (IAS) erstellt worden. Beide Rechenwerke haben der Prüfung durch den von der Hauptversammlung am 29. Juni 2000 bestellten Abschlussprüfer, der Abstoß & Wolters, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Steuerberatungsgesellschaft, Mönchengladbach, unterlegen. Der Abschlussprüfer hat den Jahresabschluss und den Lagebericht der Gesellschaft sowie ihren Konzernabschluss und Konzernlagebericht jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

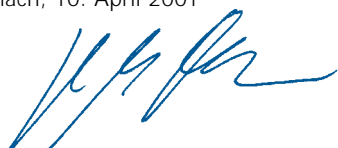
Der Jahresabschluss und Lagebericht, der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht sowie der Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns und die Berichte der Abschlussprüfer für die genannten Unterlagen sind allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vor der Bilanzsitzung am 10. April 2001 ausgehändigt worden. An der Bilanzsitzung haben die Abschlussprüfer teilgenommen und über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtet und ergänzende Fragen und Anmerkungen des Aufsichtsrates beantwortet oder kommentiert.

Nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung der genannten Unterlagen schließt sich der Aufsichtsrat den Prüfungsergebnissen der Abschlussprüfer an. Er billigt den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der Loewe AG für das Geschäftsjahr 2000, der damit festgestellt ist. Dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht hat der Aufsichtsrat zugestimmt.

Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstandes an, aus dem Bilanzgewinn in Höhe von 6.220 Tsd. Euro eine Ausschüttung in Höhe von 0,85 Euro je Inhaberstückaktie der Loewe AG vorzunehmen und 206 Tsd. Euro auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die erfolgreiche Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr seine Anerkennung und seinen Dank aus. Ihre verantwortungsbewusste und engagierte Tätigkeit und Zusammenarbeit war die Grundlage für das bisher erfolgreichste Geschäftsjahr der Loewe AG.

Kronach, 10. April 2001



Prof. Dr. Eberhard Scheffler, Vorsitzender des Aufsichtsrates

## DIE LOEWE AKTIE.

- POSITIVE ERGEBNISSE SORGEN TROTZ SCHWACHEN MARKTUMFELDS FÜR KURSSTABILISIERUNG
- INVESTOR RELATIONS BELEGEN DEN ZWEITEN PLATZ IM SMAX
- ERSTE HAUPTVERSAMMLUNG ETABLIERT LOEWE ALS INVESTORENORIENTIERTE MULTIMEDIA-GESELLSCHAFT

Das Jahr 2000 stand im Zeichen einer guten Performance der Loewe Aktie. Unabhängig von der Entwicklung der deutschen und europäischen Aktien-Indizes hat die Loewe Aktie ihren Wert innerhalb des Börsenjahres mehr als verdoppelt.

### STARKER KURSAUFSCHWUNG PARALLEL ZUM GESAMTMARKT IM 1. QUARTAL

Begonnen hatte das Jahr 2000 mit dem Erreichen des Emissionspreisniveaus von 18 Euro. Mit der Veröffentlichung der Schlüsselzahlen zum abgelaufenen Geschäftsjahr begann ein von hohen Umsätzen begleiteter Kursanstieg. Zur CeBIT Ende Februar erreichte der Loewe Aktienkurs ein Niveau von über 36 Euro.

Diese Entwicklung folgte dem Trend der Märkte, insbesondere beim NEMAX, aber auch im DAX und den wichtigsten europäischen Kursbarometern. Bis Mitte April 2000 konsolidierte mit dem allgemeinen Rückgang dieser Indizes auch die Loewe Aktie auf einem Niveau von um die 24 Euro.

### VORLAGE VON JAHRESABSCHLUSS UND NEUE ANALYSTENEMPFEHLUNGEN GENERIEREN NACHFRAGE NACH LOEWE AKTIEN IM SCHWACHEN MARKTUMFELD

Danach konnte sich die Aktie jedoch deutlich von der immer schwächer werdenden allgemeinen Marktentwicklung absetzen. Ursache war zum einen die Vorlage des Jahresabschlusses mit einer Bestätigung der guten Zahlen zum Geschäftsjahr 1999. Zum anderen begründete das Erscheinen erster Analystenstudien von Investmenthäusern, die nicht dem Loewe Emissionskonsortium angehört hatten, die dann einsetzende stabile Kursentwicklung. Die Bankgesellschaft Berlin, das Bankhaus Lampe, Hornblower Fischer und ABN AMRO sorgten mit ihren jeweils eindeutigen Kaufempfehlungen für eine deutliche Belebung des Handels in Loewe Aktien. Darüber hinaus gab es Kaufempfehlungen der Credit Suisse First Boston, der Hypo-Vereinsbank, der Bayerischen Landesbank und von Sal. Oppenheim.

Der Quartalsbericht für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres, der die Prognosen der Analysten untermauerte, sowie vermehrte Präsentationen vor Fondsmanagern, auch im Ausland, gaben der Aktie weitere Bestätigung in einem nach wie vor sehr schwachen Marktumfeld im Sommer 2000.

#### ERSTE LOEWE HAUPTVERSAMMLUNG MIT REGER BETEILIGUNG

Die erste Hauptversammlung der Loewe AG am 29. Juni 2000 in München war Treffpunkt von über 300 Aktionären, die knapp 70 % des gezeichneten Kapitals vertraten. Die Übertragung im Internet und die Darstellung der mittelfristigen Wachstums-, Ergebnis- und Finanzziele waren unter anderem Beleg für das Standing der Loewe AG als investorenorientierte Multimedia-Gesellschaft.

Eine umfangreiche Produktpräsentation und eine detaillierte Darstellung der operativen und finanziellen Ziele des Unternehmens fanden die breite Zustimmung der Aktionäre.

#### ANHEBUNG DER JAHRESPLANUNG IM AUGUST ZIEHT NEUE HÖCHSTKURSE NACH SICH

Bis zur Vorlage der Halbjahreszahlen im August des vergangenen Jahres hielt die Loewe Aktie das erreichte Niveau von über 30 Euro. Auf Grund der immer deutlicher werdenden guten Geschäftsentwicklung wurden mit Veröffentlichung des Halbjahresberichts die Prognosen für das gesamte Geschäftsjahr deutlich angehoben. Der erwartete Umsatz wurde auf über 348 Mio. Euro (680 Mio. DM) veranschlagt, das Ergebnis vor Steuern und Zinsen auf rund 20 Mio. Euro (39 Mio. DM) hochgesetzt. Die meisten Analysten haben daraufhin auch ihre Prognosen nach oben korrigiert und die Aktie nochmals zum Kauf empfohlen. Die Schätzungen für den erwarteten Gewinn je Aktie im Jahr 2000 lagen im Durchschnitt bei 1,50 Euro. In Folge stieg der Aktienkurs deutlich an und erreichte bei guten Umsätzen das Kursniveau von 39 Euro. Bei einem weiterhin schwachen Marktumfeld stabilisierte sich die Loewe Aktie bis zum Jahresende um 34 Euro.



Kursentwicklung der Loewe Aktie – indiziert mit SDAX und NEMAX – vom 1.1.2000 bis zum 31.3.2001

### INVESTOR-RELATIONS-AUSZEICHNUNGEN

Der vom Wirtschaftsmagazin „Capital“ durchgeführte Investor-Relations-Wettbewerb bescherte der Loewe AG in ihrem Marktsegment SMAX den zweiten Platz. Grundlage dafür war eine Befragung der bei der DVFA registrierten 1500 Finanzanalysten und Fondsmanager. Bei einer von der „Wirtschaftswoche“ durchgeführten Prüfung von Investor-Relations-Webseiten erreichte die Loewe AG im SDAX den ersten Platz. Insgesamt wurden über 400 deutsche börsennotierte Aktiengesellschaften nach 91 verschiedenen Kriterien untersucht. Unter allen deutschen Werten erreichte die Loewe AG bei der Untersuchung immerhin den fünften Platz.

| in Mio. Euro                                | 2000 | 1999 | +/- in% |
|---|------|------|---------|
| Netto-Wertschöpfung                         | 74,4 | 61,9 | + 20    |
| davon an                                    |      |      |         |
| Mitarbeiter (Personalaufwand)               | 52,8 | 48,8 | + 8     |
| öffentliche Hand (Steuern)                  | 8,5  | 4,7  | + 81    |
| Darlehensgeber (Zinsen)                     | 1,1  | 3,1  | - 65    |
| Unternehmen/Aktionäre<br>(Jahresüberschuss) | 12,0 | 5,3  | + 126   |
| <b>Wertschöpfung</b>                        |      |      |         |

Die Verteilung der Wertschöpfung zeigt die höhere Eigenkapitalquote und das verbesserte Ergebnis.

### AKTIENUMSÄTZE IN FRANKFURT AM HÖCHSTEN

Die Loewe Aktie wird an allen deutschen Börsenplätzen und im Computerhandel XETRA börsentäglich aktiv gehandelt. An der Frankfurter Börse und im XETRA sind die Umsätze am stärksten, darauf folgen München und Düsseldorf. Betreuer (= Designated Sponsors) sind die Credit Suisse First Boston und die HypoVereinsbank.

Generell waren die Kursanstiege mit deutlich höheren Umsätzen verbunden als nachfolgende Konsolidierungen des Kursniveaus. Die Loewe AG nimmt an einem Arbeitskreis des Deutschen Aktieninstituts DAI teil, der sich zum Ziel gesetzt hat, den so genannten Werten der 2. und 3. Reihe, neben DAX und NEMAX, mehr Beachtung in der Finanzöffentlichkeit und bei institutionellen Investoren zu verschaffen.

### AKTIONÄRSSTRUKTUR

Im Geschäftsjahr 2000 und bis März 2001 sind der Loewe AG keine neuen Meldungen gemäß § 21 WpHG zugegangen. Daraus lässt sich ein ungefährender Anteil des Free Float (Streubesitz) an den 7.075.000 börsennotierten Aktien von rund 52 % ableiten. Das Management ist mit ca. 34 % größter Einzelaktionär. Mehrere große deutsche Investmentfonds haben zum Jahresende 2000 Loewe Aktien in ihrem Bestand ausgewiesen. Darüber hinaus sind keine Paketbildungen im Markt bekannt. Zur Hauptversammlung im Juni 2000 erhielten über 18.000 deutsche Einzeldepots Mitteilungen nach § 125 AktG.

| in Euro                                      | 2000      | 1999      | +/- in% |
|--|-----------|-----------|---------|
| Dividende je Aktie                           | 0,85      | 0,0       |         |
| Höchstkurs                                   | 39,75     | 18,00     | + 121   |
| Tiefstkurs                                   | 15,00     | 12,00     | + 25    |
| Schlusskurs (Parkett 30.12.)                 | 30,00     | 15,20     | + 97    |
| Marktkapitalisierung<br>(zum 30.12. in Mio.) | 212       | 108       | + 97    |
| Ausgegebene Inhaberstückaktien               | 7.075.000 | 7.075.000 |         |

#### Kennzahlen der Aktie

#### CORPORATE GOVERNANCE

Die Vergütung von Vorstand und nachfolgenden Management-Führungsebenen ist an die Erreichung persönlicher und ergebnisabhängiger Zielvereinbarungen gekoppelt. Das bestehende Stock-Option-Programm kann bis zum Jahr 2005 in vier Tranchen innerhalb eng definierter Zeitkorridore von insgesamt 80 berechtigten Mitarbeitern der ersten drei Führungsebenen ausgeübt werden. Der Aufsichtsratsvorsitzende steht in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand und wird unter anderem durch monatliche Berichte über die Entwicklung der Gesellschaft unterrichtet.

Wenn die zurzeit diskutierten Corporate-Governance-Vorschläge konkretere Form annehmen, werden diese auch von der Loewe AG anerkannt werden. Umgesetzt sind sie schon heute beispielsweise beim Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat.

| in Tsd. Euro  | 2000      | 1999      | +/- in% |
|---|-----------|-----------|---------|
| Konzernjahresüberschuss vor<br>Ergebnisanteilen Dritter   | 12.317    | 5.350     | + 130   |
| Bereinigung von Sondereinflüssen<br>(vornehmlich Börseneinführung)  | 0         | 2.868     |         |
| DVFA/SG Konzernergebnis für das<br>Gesamtunternehmen  | 12.317    | 8.218     | + 50    |
| Ergebnisanteile Dritter   | - 279     | - 46      | + 507   |
| DVFA/SG Konzernergebnis für<br>Aktionäre  | 12.038    | 8.172     | + 47    |
| Anzahl der zugrunde zu legenden<br>Aktien   | 7.075.000 | 7.075.000 |         |
| Ergebnis nach DVFA/SG je Aktie  | 1,70      | 1,16      | + 47    |
| Voll verwässertes Ergebnis nach<br>DVFA/SG je Aktie unter Einbezug von<br>500.000 Aktienoptionen (bis 2005) | 1,59      | 1,08      | + 47    |

#### Ermittlung des DVFA/SG-Ergebnisses

## DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE EINES ERFOLGREICHEN JAHRES

### HANNOVER

Publikumsmagnet der CeBIT 2000 ist der neu gestaltete Loewe Messestand. Die neuen Loewe Telefone und die Multimedia-Fernseher sind Schwerpunkte der Loewe Präsentation.

### KRONACH

Loewe hat eine Zusammenarbeit mit der RWE Energie AG bei der Ausstattung des Powerline Communication Demohauses vereinbart. Der Loewe Multimedia-Fernseher erhält seinen Internet-Zugang über das Stromnetz.

### KRONACH

Loewe startet eine neue Image-Kampagne mit der französischen Sängerin Patricia Kaas, US-Autor John Irving und Viva-Geschäftsführer Dieter Gorny u.a. im Spiegel, Stern, Focus, dem Manager Magazin und Tomorrow.

### MÜNCHEN

Loewe meldet bei der Bilanzpressekonferenz in München ein Rekordergebnis für das Jahr 1999.

### NEW YORK

Präsentation anlässlich des Euro-land Equity Forums im World Trade Center.

### MÜNCHEN

Über 300 Aktionäre der Loewe AG treffen sich im Münchner Arabella Sheraton Hotel zur ersten Hauptversammlung.

### MÜNCHEN

Mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT), München, schließt Loewe eine Partnerschaftvereinbarung auf dem Gebiet der zu schaffenden Standardlösung für digitales Fernsehen.

### LONDON

Loewe präsentiert sich international mit einer Roadshow, organisiert von Cazenove & Co.

### JANUAR

### FEBRUAR

### MÄRZ

### APRIL

### MAI

### JUNI



### LAS VEGAS

Auf der renommierten Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas präsentiert Loewe neueste Fernseh-technik für den amerikanischen Markt.

### KRONACH

Partnerschaft mit 3Com: Loewe erschließt mit dem 3Com-Modem das Internet aus dem Breitband-Kabelnetz.

### KRONACH

Exklusivität ist keine Frage der Größe: Loewe bringt den neuen kleinen Fernseher Arcada 8755 Z. Er bietet in der 55-Zentimeter-Bildschirmklasse alles, was Spitzen-Fernseher auszeichnet.

### KRONACH

Loewe tritt der Stiftungsinitiative der deutschen Wirtschaft bei und beteiligt sich damit am Fonds zur finanziellen Wiedergutmachung der industriell eingesetzten Zwangsarbeiter in der Zeit des „Dritten Reichs“.

### HANNOVER

Loewe ist auf der Expo 2000 in den Agenda-Häusern und in der Designschau des Industrie-Forum Design Hannover zu sehen.

**KRONACH**

Loewe startet das neue Intranet als unternehmensweites Informations- und Kommunikationssystem.

**FRANKFURT**

Einer von zehn Design-Oscars geht an Loewe und das Team Phoenix Product Design. Der Plasma-TV Spheros wird mit dem höchsten deutschen Designpreis, dem Bundespreis Produktdesign ausgezeichnet.

**AMSTERDAM/LONDON**

Eine weitere erfolgreiche Roadshow wird organisiert von der Credit Suisse First Boston (Europe) Ltd. und ABN AMRO.

**KRONACH/OSAKA**

Eine neue Kooperation von Sharp und Loewe auf dem Gebiet von LCD-Fernsehergeräten profitiert von der Kombination aus Sharp-Display-Technologie und Loewe Know-how auf den Gebieten der Bedienungsführung, Multistandard-Tuner und europäischen Videotext-Systemen.

**KRONACH**

Loewe ist von den Lesern des Fachhandels-Informationsdienstes „markt intern“ zur „Topmarke“ im Segment Fernseher gekürt worden als das Unternehmen, das Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis und Innovationskraft optimal kombiniert. Gleichzeitig wurde der Fernseher Planus zum beliebtesten Modell gewählt.

**KRONACH**

Die neue, innovative Fernseherfamilie Vitros von Loewe setzt gestalterische und technische Akzente mit der multimediafähigen Elektronik Loewe MediaPlus und der vollkommen ebenen Real-Flat-Bildröhre.

**KRONACH**

Eine Vision wird Wirklichkeit: Loewe bringt den neuen, superflachen LCD-Fernseher FL 38 auf den Markt.

**JULI****KRONACH**

Der bayerische Wirtschaftsminister Dr. Otto Wiesheu weiht eine der modernsten Fertigungsanlagen für TV-Geräte in Kronach ein. Die neue Linie hat eine Kapazität von 1.600 Fernsehern pro Tag und arbeitet bis zu 30 % wirtschaftlicher.

**MÜNCHEN**

Rund um Zukunftstrends geht es beim Bayern Online Kongress. Neben Loewe gehören zu den Veranstaltern Unternehmen wie Microsoft, Deutsche Telekom, SAP, Siemens, Oracle und Alcatel.

**AUGUST****SEPTEMBER****KRONACH**

Bayerns Umweltminister Dr. Werner Schnappauf überreicht die Urkunde zum Öko-Audit. Die Loewe AG und ihre Tochtergesellschaften Loewe Opta und die Loewe Telecom erfüllen die Anforderungen der EG-Öko-Audit-Verordnung.

**BERLIN**

Direkter Draht zwischen TV und Internet: Loewe gibt während einer Pressekonferenz im ZDF-Hauptstadtstudio das Projekt „Internet-Adressen-Erkennung“ bekannt, das mit dem ZDF entwickelt wird. Die neuen, multimediafähigen Fernseher erkennen über die Fernbedienung automatisch die zur Sendung gehörenden Internet-Seiten.

**FRANKFURT**

In der Kategorie SDAX belegt Loewe Platz 2 beim Capital Investor-Relations-Preis. Rund 1.500 Analysten wählten den Sieger.

**OKTOBER****NOVEMBER****MÜNCHEN**

Loewe wird vom Bayerischen Umweltministerium mit der Bayerischen Umweltmedaille ausgezeichnet.

**HAMBURG**

„ambiente@home – inspired by Loewe“ nennt sich ein Wohnstudio in der Loewe Galerie Hamburg, das Loewe gemeinsam mit ausgewählten Möbelherstellern und Objektdesignern eingerichtet hat. Auf 120 Quadratmetern erwartet den Besucher ein Zusammenspiel von Möbeldesign und Unterhaltungselektronik.

**HANNOVER**

Loewe eröffnet das Software-Kompetenzzentrum in Hannover für die Entwicklung von Multimedia-Internet-Software.

**BERLIN**

Moderne Vernetzungstechnologie zeigt Loewe auf der Kongressmesse e/home. Der Fernseher entwickelt sich zur Zentrale im elektronisch vernetzten Haus.

**DEZEMBER**



**LOEWE.**



Aus jedem Blickwinkel ein gutes Jahr. Loewe.

Ein Jahr hat 365 Tage. Wir haben die meiste Zeit darauf verwendet, 365 gute Tage daraus zu machen. Tage voller Bewegung, Weiterentwicklung und Erfolge. Denn wir sind nicht nur anspruchsvoll, was unsere Produkte angeht, sondern mindestens genauso anspruchsvoll bei unseren Zielen. Deshalb sind wir heute Marktführer bei Systemlösungen im Premium-Segment. Schön, wenn man am Ende eines Jahres auf jeden einzelnen Tag zufrieden zurückblicken kann.



## MANAGEMENT REPORT.

- DEUTLICHES MARKTWACHSTUM IN DEN WICHTIGSTEN MÄRKTEN VON LOEWE
- WEITERER AUSBAU DER MARKTPPOSITION VON LOEWE IN EUROPA
- VERBESSERTE PROFITABILITÄT DURCH KONZENTRATION AUF HOCHWERTIGE PRODUKTE
- GUTER START IN 2001 UND WEITERHIN POSITIVER AUSBLICK

Loewe hat im Jahr 2000 neue Rekordmarken bei Umsatz und Ergebnis erreicht. In einem freundlichen Marktumfeld konnte die Positionierung als High-End-Marke mit innovativen Multimedia-Produkten deutlich ausgebaut werden. Hierdurch wurde eine solide Basis für weiteres profitables Wachstum gelegt.

## VOLKSWIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

### POSITIVE VOLKSWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG IN 2000

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in 2000 waren besser als im Jahr zuvor. Die Weltwirtschaft wuchs in 2000 um 4,2 %. Im Vorjahr waren es noch 3 %. Motor dieser positiven Entwicklung waren die USA mit einem Wachstum von 5,1 % nach 4,2 % im Vorjahr. Allerdings fielen im zweiten Halbjahr die Steigerungsraten um mehr als die Hälfte zurück.

Auch im Euroraum war die wirtschaftliche Entwicklung in 2000 positiv. Die Wachstumsrate betrug hier 3,4 %. 1999 waren es noch 2,5 %. Allerdings blieb auch hier das Wachstum im zweiten Halbjahr etwas hinter dem des ersten Halbjahres zurück. Angetrieben wurde das Wachstum des Jahres 2000 von Ausrüstungsinvestitionen und dem Export. Auch die Arbeitslosenzahlen gingen im vergangenen Jahr zurück.

Weniger erfreulich war die Entwicklung beim privaten Verbrauch: Er wuchs nur unterproportional. Das geringe Wachstum schwächte sich im zweiten Halbjahr gegenüber dem ersten Halbjahr nochmals ab.

Die andauernde Schwäche des Euro förderte den Export. Sie bewirkte jedoch zusammen mit der Ölpreisexlosion, insbesondere im zweiten Halbjahr, deutlich steigende Verbraucherpreise. Im 4. Quartal lagen sie 2,7 % höher als im Vorjahr.



Mit einer Wachstumsquote von 3,1 % war die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland im vergangenen Jahr etwas schwächer als das Durchschnittswachstum im Euroraum. Im Vergleich zum Vorjahreswachstum, das lediglich 1,6 % betrug, hat sich die wirtschaftliche Entwicklung jedoch wesentlich verbessert. Auch hier waren der Motor die Ausrüstungsinvestitionen und die Exporte. Die Wachstumsrate des Privatverbrauchs lag noch unter der des Euroraums.

#### AUCH FÜR 2001 POSITIVE ERWARTUNG

Die Prognosen für das Wachstum der Weltwirtschaft in 2001 sind weniger optimistisch als für das Jahr 2000. Die Experten gehen von einer Steigerungsrate von 3 % aus. Im Jahr 2000 waren es 4,2 %. Vom Motor zum Hemmschuh könnte sich die Wirtschaft in den USA entwickeln. 2,5 % statt wie im letzten Jahr 5,1 % werden hier erwartet. Dagegen wird der Euroraum mit einer Steigerungsrate von 3,2 % nach 3,4 % in 2000 als relativ stabil angesehen. Auch für die Bundesrepublik Deutschland wird mit 3,0 % von einem wenig veränderten Wachstum ausgegangen. Auf der Kostenseite werden sich der Rückgang der Ölpreise gegenüber dem Vorjahr und ein stärkerer Euro positiv auswirken.

Die höheren Kurse des Euros werden den Export des Euroraumes kaum beeinträchtigen. Allerdings wird er an Dynamik verlieren. Ausgeglichen wird dies durch den privaten Verbrauch, der durch rückläufige Teuerungsraten und teilweise durch Steuerreformen Schwung gewinnt.

Nach unserer Einschätzung sind die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen als positiv für die Weiterentwicklung des Geschäfts der Loewe Gruppe anzusehen.



## DIE MÄRKTE VON LOEWE

### DER UNTERHALTUNGSELEKTRONIKMARKT

#### STARKES WACHSTUM

Der wichtigste Markt für Loewe ist Europa. Fernost und Übersee weisen ein Geschäftsvolumen von unter 10 % des Gesamtumsatzes auf.

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik ist im vergangenen Jahr auf 33,6 Milliarden Euro, gemessen am Wert der Verkäufe an den Endverbraucher, gewachsen. Das entspricht einer Steigerung von etwa 9 %.

Loewe ist mit Fernsehgeräten einschließlich Multimedia-Geräten sowie DVD-Playern, Videorecordern und Hi-Fi-Anlagen in etwa zwei Drittel des gesamten Marktvolumens vertreten. In diesen Segmenten wuchs der Markt um insgesamt 8 %.

| in Mrd. Euro                | 2000        | 1999        | +/- in %   |
|-----------------------------|-------------|-------------|------------|
| Fernsehen                   | 11,0        | 10,2        | + 7        |
| DVD-Player                  | 1,3         | 0,6         | + 142      |
| Videorecorder               | 3,0         | 3,3         | - 9        |
| Hi-Fi                       | 5,9         | 5,6         | + 5        |
| <b>Gesamt</b>               | <b>21,2</b> | <b>19,7</b> | <b>+ 8</b> |
| Audio, Videospiele<br>u. a. | 12,4        | 11,1        | + 12       |
| <b>Gesamt</b>               | <b>33,6</b> | <b>30,8</b> | <b>+ 9</b> |

**Unterhaltungselektronikmarkt Europa**  
(Quelle: GfK)

#### FERNSEHEN: GUTE GESCHÄFTE

Der Produktbereich Fernsehgeräte ist bei Loewe der größte Umsatzträger. Er macht etwa 80 % des gesamten Geschäftsvolumens aus. Zu diesem Produktbereich gehören auch multimedialfähige Fernsehgeräte. Der Markt für Fernsehgeräte verzeichnete in 2000 mit 7 % ein Spitzenwachstum. Damit überholte erstmals seit vielen Jahren das wertmäßige das mengenmäßige Wachstum, das in 2000 5 % betrug. Hintergrund dieser Entwicklung ist der Trend zu größeren und besser ausgestatteten Geräten. Gleichzeitig akzeptierte der Markt die Weitergabe der durch die Ölpreis- und Bauelementeverknappung entstandenen Mehrkosten in den Verkaufserlösen.

Loewe konnte im abgelaufenen Jahr in der Unterhaltungselektronik seinen wertmäßigen Marktanteil in Europa von 6,3 % auf 6,7 %\* ausbauen. Damit ist Loewe die Nummer fünf im europäischen Markt. Dieser Marktanteilsgeinn wurde durch die Konzentration auf Produkte mit hochwertiger Ausstattung erreicht.

\* Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil im europäischen Facheinzelhandel im Zeitraum 02/2000 bis 01/2001

### LOEWE SETZT AUF WACHSTUMSMÄRKTE

Der Markt für Fernsehgeräte in Europa ist in verschiedene Segmente unterteilt, die durch unterschiedliche Ausstattungsmerkmale bestimmt sind. Diese sind zum Beispiel die verwandte Bildschirmtechnologie, die Größe des Bildschirms, das Bildschirmformat sowie zusätzliche Nutzenmerkmale, wie etwa Multimediafähigkeit. Für Multimedia-Geräte liegen, bedingt durch das noch geringe Marktvolumen, noch keine statistischen Marktdaten vor.

| in Mrd. Euro                   | 2000        | 1999        | +/- in %   |
|--------------------------------|-------------|-------------|------------|
| 100-Hz-Technologie             | 3,7         | 3,1         | + 19       |
| 50-Hz-Technologie              | 6,2         | 6,2         | + 1        |
| Nicht erfasstes Volumen        | 1,1         | 0,9         | + 22       |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>11,0</b> | <b>10,2</b> | <b>+ 7</b> |
| 16 : 9 Breitbildformat         | 3,6         | 2,6         | + 41       |
| 4 : 3 Normalformat             | 6,4         | 6,7         | - 5        |
| Nicht erfasstes Volumen        | 1,1         | 0,9         | + 22       |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>11,0</b> | <b>10,2</b> | <b>+ 7</b> |
| < 68 cm Bildschirmdiagonale    | 3,3         | 3,5         | - 7        |
| 68 – 72 cm Bildschirmdiagonale | 4,5         | 4,3         | + 7        |
| > 72 cm Bildschirmdiagonale    | 2,1         | 1,5         | + 41       |
| Nicht erfasstes Volumen        | 1,1         | 0,9         | + 22       |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>11,0</b> | <b>10,2</b> | <b>+ 7</b> |

■ **Fernsehgerätemarkt in Europa nach Segmenten (Quelle: GfK)**

Absteiger des Jahres sind Geräte in der 50-Hz-Technologie sowie solche mit kleineren Bildschirmgrößen, also mit einer Bildschirmdiagonalen unter 50 cm. Diese Segmente stagnierten oder waren rückläufig. Die Durchschnittserlöse sind hier niedrig. Hinzu kommt ein harter Preiswettbewerb. Loewe ist in diesen Segmenten nur mit wenigen Produkten vertreten. Dementsprechend ist der Marktanteil von Loewe hier unterdurchschnittlich.

Loewe konzentriert sich auf Produkte in Wachstumssegmenten. Ein besonders erfolgreiches Segment ist das der Geräte mit 100-Hz-Technologie. Diese Technologie ermöglicht, im Gegensatz zu den 50-Hz-Geräten, ein flimmerfreies Bild. 37 % aller verkauften Geräte stammten in 2000 aus diesem Segment. 1999 waren es noch 33 %. Der Marktanteil für Loewe beträgt 13,9 %. Damit ist Loewe in diesem Segment die Nummer drei in Westeuropa.

| in %                           | 2000       | 1999       | +/-          |
|--------------------------------|------------|------------|--------------|
| 100-Hz-Technologie             | 13,9       | 14,0       | - 0,1        |
| 50-Hz-Technologie              | 1,3        | 1,5        | - 0,2        |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>6,7</b> | <b>6,3</b> | <b>+ 0,4</b> |
| 16 : 9<br>Breitbildformat      | 7,1        | 6,5        | + 0,6        |
| 4 : 3<br>Normalformat          | 6,2        | 6,1        | + 0,1        |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>6,7</b> | <b>6,3</b> | <b>+ 0,4</b> |
| < 68 cm Bildschirmdiagonale    | 3,3        | 3,1        | + 0,2        |
| 68 – 72 cm Bildschirmdiagonale | 7,3        | 7,6        | - 0,3        |
| > 72 cm Bildschirmdiagonale    | 8,9        | 8,5        | + 0,4        |
| <b>Gesamt</b>                  | <b>6,7</b> | <b>6,3</b> | <b>+ 0,4</b> |

**Loewe Marktanteil Fernsehgeräte in Europa nach Segmenten (Quelle: GfK, Marktanteile im Facheinzelhandel)**



Große Dynamik entwickelte im Jahr 2000 das Segment der Fernsehgeräte mit 16:9-Format. Im Gegensatz zum bisher üblichen Format können Kinofilme ohne die lästigen schwarzen Balken am oberen und unteren Bildrand dargestellt werden. Bei diesen Fernsehgeräten betrug das Wachstum 41 %. Einer der Motoren des Trends war Großbritannien. Dort wurden allerdings hauptsächlich Geräte in der billigeren 50-Hz-Technologie verkauft. Obwohl Loewe ausschließlich Geräte in hochwertiger Ausstattung anbietet, konnte der Marktanteil von bisher 6,5 % auf 7,1 % gesteigert werden. Loewe liegt damit in diesem wachstumsstarken Segment in Westeuropa auf dem vierten Platz.

Ebenfalls stark nachgefragt wurden in 2000 Geräte mit großen Bildschirmformaten, also jene mit einer Bildschirmdiagonalen über 72 cm. Auch hier erfolgte das Wachstum in Großbritannien in der Kombination mit Geräten in der 50-Hz-Technologie. Loewe bietet seine Geräte im Großbildformat nur in der besseren 100-Hz-Technologie an. Dennoch steigerte Loewe den Marktanteil in diesem Segment von 8,5 % in 1999 auf 8,9 % in 2000 und nimmt hier ebenfalls den vierten Platz ein.

#### LOEWE EUROPaweit VORANGEKOMMEN

In den fünf größten europäischen Märkten Deutschland, England, Frankreich, Italien und Spanien werden über 80 % des gesamten Marktvolumens erzielt. In diesen Märkten stieg das Marktvolumen um 7 %. Überproportional war das Wachstum mit 19 % in England, durchschnittlich in Italien und unterdurchschnittlich in Frankreich, Spanien und Deutschland.

| in Mrd. Euro           | 2000        | 1999        | +/- in %     |
|------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Deutschland            | 2,5         | 2,5         | + 1,0        |
| Großbritannien         | 2,4         | 2,0         | + 18,9       |
| Frankreich             | 1,6         | 1,5         | + 3,9        |
| Italien                | 0,9         | 0,9         | + 7,0        |
| Spanien                | 0,9         | 0,8         | + 2,8        |
| <b>5 größte Länder</b> |             |             |              |
| <b>Gesamt</b>          | <b>8,3</b>  | <b>7,7</b>  | <b>+ 7,1</b> |
| Restliche Länder       | 2,7         | 2,5         | + 8,3        |
| <b>Summe Europa</b>    | <b>11,0</b> | <b>10,2</b> | <b>+ 7,3</b> |

■ Fernsehgerätemarkt in Europa nach Ländern  
(Quelle: GfK)

| in %                   | 2000       | 1999       | +/-          |
|------------------------|------------|------------|--------------|
| Deutschland            | 13,8       | 13,9       | - 0,1        |
| Spanien                | 6,4        | 4,7        | + 1,7        |
| Italien                | 5,8        | 4,4        | + 1,4        |
| Frankreich             | 1,3        | 1,1        | + 0,2        |
| Großbritannien         | 0,9        | 0,5        | + 0,4        |
| <b>5 größte Länder</b> |            |            |              |
| <b>nach Markt-</b>     |            |            |              |
| <b>volumen</b>         | <b>6,2</b> | <b>6,0</b> | <b>+ 0,2</b> |
| Restliche Länder       | 8,5        | 7,5        | + 1,0        |
| <b>Summe Europa</b>    | <b>6,7</b> | <b>6,3</b> | <b>+ 0,4</b> |

Loewe Marktanteil TV in Europa nach Ländern  
(Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil im  
Facheinzelhandel)

Loewe hat seinen Marktanteil in Deutschland, dem größten Markt in Europa, gegenüber dem Vorjahr halten können. In Italien, Spanien und England konnte Loewe seine Marktposition ausbauen.

In den mittleren und kleineren europäischen Ländern wuchs das Marktvolumen insgesamt um 8 %. Besonders Schweden mit 18 % und die Niederlande mit 11 % wiesen ein starkes Wachstum auf. In Belgien, in der Schweiz und in den Niederlanden hat Loewe mit jeweils rund 10 % Marktanteil eine starke Marktstellung, die in 2000 noch verbessert werden konnte.

Bei Plasma-Fernsehgeräten beträgt der Marktanteil von Loewe in Deutschland annähernd 30 %. Damit ist Loewe der zweitgrößte Anbieter in diesem Segment. Mit einem Verkaufspreis von über 20.000 DM sprechen diese Geräte nur eine kleine und anspruchsvolle Verbrauchergruppe an. Loewe hat diese Käuferschicht frühzeitig erkannt und ist bereits 1998 mit ersten Geräten diesen Typs am Markt aufgetreten.

Im Jahr 2000 neu auf den Markt gekommen sind LCD-Fernsehgeräte. Loewe hat im Dezember aus der Kooperation mit Sharp das erste Produkt auf diesen noch sehr kleinen, aber sich dynamisch entwickelnden Markt gebracht. Die LCD-Technologie kam bislang nur bei PCs zum Einsatz.

Im Vergleich zum Wettbewerb konnte Loewe sein Preisniveau weiter verbessern. Stabile Erlöse und Ausstattungsmerkmale haben dazu geführt, dass die Durchschnittserlöse von Loewe Geräten in Deutschland nach 1.065 Euro in 1999 mit 1.090 Euro in 2000 um 602 Euro über dem Durchschnittspreis des Marktes lagen.

### DVD, VIDEORECORDER UND HI-FI

Loewe bietet ein hochwertiges Spektrum der Unterhaltungselektronik an. Im Mittelpunkt steht dabei das Fernsehgerät. DVD-Player, Videorecorder und Hi-Fi-Anlage können mit diesem zu einem System in einheitlichem Design und mit integrierter Bedienung zusammengeführt werden.

Der Markt der Videorecorder in Europa war im vergangenen Jahr rückläufig. Das Marktvolumen verringerte sich um 9 %. Die Preise gaben nach. Dagegen wuchs der Markt der DVD-Player dynamisch um über 140 %. Auf lange Sicht werden DVD-Player den Videorecorder ersetzen.

Bei Videorecordern war in den letzten Jahren der Preis maßgeblich. Loewe hat hier eine andere Strategie verfolgt und seine Marktanteile in diesem Segment nicht weiter ausgebaut. Vielmehr geht es Loewe darum, dem Verbraucher komfortable und funktionale Videorecorder anzubieten.

Die hochwertigen Hi-Fi-Anlagen von Loewe sprechen nur eine kleine Käuferschicht an. Nennenswerte Marktanteile wurden deshalb in 2000 nicht realisiert.



### DER MULTIMEDIAMARKT

#### TREND DER ZUKUNFT: GERÄTEVERSCHMELZUNG

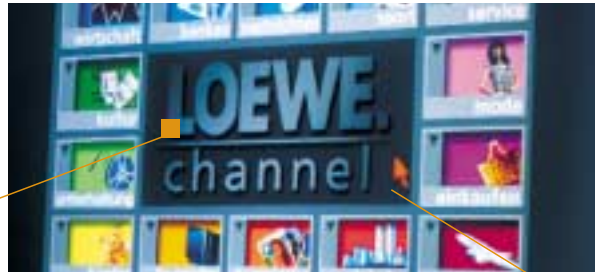
Der Trend zur Medienkonvergenz ist nicht mehr aufzuhalten. Computer, Telefon und Fernseher wachsen zusammen. Die Medienkonvergenz erstreckt sich auf alle Endgeräte in den Bereichen PC, Telekommunikationstechnik und Unterhaltungselektronik. Das Fernsehgerät wird verstärkt als Zugangsplattform zum Internet genutzt. Dieser Trend wird noch zunehmen, wenn weitere Fernsender eine direkte Verbindung zwischen TV- und Internetinhalten herstellen.

Die Multimedia-Produkte von Loewe tragen dem Trend Medienkonvergenz Rechnung. So bieten die Multimedia-Fernseher u.a. einen integrierten Zugang zum Internet. Zusätzlich können Zuschauer über das DVB-Modul digitale, über Satellit ausgestrahlte Fernsehprogramme empfangen.

Loewe setzt beim Thema Medienkonvergenz auf die modulare Integration von zusätzlichen Funktionen in das Fernsehgerät. Am Markt befinden sich im Gegensatz dazu hauptsächlich separate SetTopBoxen, die als externes Zusatzgerät den Empfang digitaler Satellitenprogramme oder

den Zugang zum Internet über Fernsehgeräte anbieten. Mit seiner Produk-  
politik schafft Loewe ein neues, eigenes Marktsegment: den Multimedia-  
Fernseher.

Das heute noch kleine Segment der Multimedia-Fernseher wird von  
den Marktforschungsunternehmen nicht separat ausgewiesen. Somit liegen  
für dieses Segment noch keine quantitativen Marktzahlen vor.



### DER TELEKOMMUNIKATIONSMARKT

#### TREND ZU HÖHERWERTIGEN GERÄTEN

Mit dem Geschäftsbereich Telekommunikation ist Loewe bisher nur in  
Deutschland tätig gewesen. Erst im 4. Quartal wurden mit einer neuen  
Produktlinie erste Umsätze in europäischen Auslandsmärkten erzielt.

Der Markt für Telekommunikationsprodukte ist im Jahr 2000  
gegenüber dem Vorjahr wertmäßig um 10 % gewachsen. Hier macht sich  
insbesondere eine gesteigerte Nachfrage auf Grund von Ersatzbeschaffun-  
gen bemerkbar. Design und Features der Produkte spielen deshalb eine  
größere Rolle als in der Vergangenheit.

Der Markt in Deutschland für schnurlose Telefone war in 2000 als  
Folge niedrigerer Durchschnittserlöse durch ein höheres mengen- als wert-  
mäßiges Wachstum gekennzeichnet.

Nach wie vor nimmt der bedeutendste Anbieter im Markt der  
schnurlosen Telefone mit zwei Marken und ungefähr 70 % Marktanteil eine  
marktbeherrschende Stellung ein. Loewe kommt in diesem Marktsegment  
mit einem Marktanteil von 7 % auf Platz drei.

Bei den Anrufbeantwortern ist das Marktvolumen in 2000 zurück-  
gegangen. Loewe konnte in diesem Segment seinen Marktanteil von 33 %  
auf 44 % ausbauen.



| in Mio. Euro                             | 2000 | 1999 | +/- in % |
|--|------|------|----------|
| Schnurlose<br>Telefone,<br>DECT-Standard | 281  | 252  | + 10     |
| Anruf-<br>beantworter                    | 19,4 | 24,4 | - 21     |

**Markt Telekommunikation Deutschland**  
(Quelle: GfK, Facheinzelhandel)

| in %                                     | 2000 | 1999 | +/-    |
|--|------|------|--------|
| Schnurlose<br>Telefone,<br>DECT-Standard | 7,1  | 5,7  | + 1,4  |
| Anruf-<br>beantworter                    | 44,3 | 33,2 | + 11,1 |

**Loewe Marktanteile Telekommunikation  
Deutschland (Quelle: GfK, wertmäßiger Markt-  
anteil im Facheinzelhandel)**

## POSITIVE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG VON LOEWE

### WESENTLICHE ECKDATEN DEUTLICH VERBESSERT

Der Konzernumsatz stieg um 17 % von 309,5 auf 363,6 Mio. Euro. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern hat um 22 % von 18,0 auf 21,9 Mio. Euro zugenommen. Den Aktionären der Loewe AG wird eine Dividende in Höhe von 0,85 Euro je Inhaberstückaktie vorgeschlagen.

| in Mio. Euro  | 2000    | 1999    | +/-    |
|---|---------|---------|--------|
| Umsatzerlöse  | 363,6   | 309,5   | + 54,1 |
| Herstellungskosten                                      | - 269,3 | - 231,5 | + 37,8 |
| Vertriebs- und Marketingkosten                          | - 63,5  | - 52,3  | + 11,2 |
| Verwaltungskosten                                       | - 10,7  | - 9,5   | + 1,2  |
| Sonstige betriebliche Ergebnisse                        | 1,8     | 1,8     | 0,0    |
| EBIT  | 21,9    | 18,0    | + 3,9  |
| Zinsergebnis  | - 1,1   | - 3,1   | + 2,0  |
| Ergebnis der gewöhnlichen<br>Geschäftstätigkeit         | 20,8    | 14,9    | + 5,9  |
| Außerordentliches Ergebnis                              | 0,0     | - 4,8   | + 4,8  |
| Ertragsteuern   | - 8,5   | - 4,7   | + 3,8  |
| Konzernjahresüberschuss vor<br>Ergebnisanteilen Dritter | 12,3    | 5,4     | + 6,9  |

Das Geschäftsjahr 2000 war für den Loewe Konzern sehr erfolgreich. Getragen von einer soliden gesamtwirtschaftlichen Entwicklung führte eine hohe Nachfrage nach Loewe Produkten, insbesondere im Bereich der Fernseher und Multimedia-Geräte, zu einem deutlich über dem Marktdurchschnitt liegenden Umsatzanstieg. Der Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik konnte seinen Umsatz um 4 % von 278,5 auf 288,8 Mio. Euro steigern. Der Geschäftsbereich Multimedia verachtachte seinen Umsatz von 5,8 auf 50,9 Mio. Euro mit multimediafähigen Fernsehgeräten, die vom Markt sehr positiv angenommen wurden. Die nicht termingerechte Auslieferung neuer Telekommunikationsprodukte führte in diesem Geschäftsbereich zu einem Umsatzrückgang von 5 % auf 23,9 nach 25,2 Mio. Euro im Vorjahr.

Loewe hat in 2000 die Ertragskraft des Konzerns deutlich verbessern können. Das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) stieg überproportional um 22 % von 18,0 auf 21,9 Mio. Euro. Damit stellte sich die EBIT-Marge auf 6 % (5,8 % im Vorjahr) vom Umsatz.

Am 22. Januar 2001 hat Loewe für das Geschäftsjahr 2000 ein EBIT von rund 21 Mio. Euro (41 Mio. DM) angekündigt. Das ausgewiesene EBIT übersteigt diesen Betrag um 0,9 Mio. Euro, da ab Jahresende 2000 der Zinsanteil von 0,9 Mio. Euro innerhalb der Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen als Zinsaufwand ausgewiesen wird. Dadurch verbesserte sich das EBIT in gleicher Höhe. Die Vorjahreszahlen von 17,0 Mio. Euro (33,3 Mio. DM) wurden ebenfalls auf 18,0 Mio. Euro angepasst.

Dieses Ergebnis soll zur weiteren Stärkung der Finanzkraft des Konzerns und zu einer Ausschüttung an die Aktionäre verwendet werden. Der Dividendenvorschlag beträgt 0,85 Euro zuzüglich 0,36 Euro pro Aktie Steuergutschrift für inländische unbeschränkt steuerpflichtige Aktionäre. Das Ergebnis pro Aktie beträgt 1,70 Euro und stieg damit um fast 50 % gegenüber dem Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der 500.000 Aktienoptionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis pro Aktie von 1,59 Euro. Von den Optionen kann eine erste Tranche von 125.000 Stück ab Ende August 2001 ausgeübt werden.

#### UMSATZWACHSTUM WIEDERUM GESTEIGERT

| <b>in Mio. Euro</b>         | <b>2000</b>  | <b>1999</b>  | <b>+/- in%</b> |
|-----------------------------|--------------|--------------|----------------|
| Unterhaltungselektronik     | 288,8        | 278,5        | + 4            |
| Multimedia                  | 50,9         | 5,8          | + 778          |
| Telekommunikation           | 23,9         | 25,2         | - 5            |
| <b>Umsatzerlöse, Gesamt</b> | <b>363,6</b> | <b>309,5</b> | <b>+ 17</b>    |

**Umsatz nach Geschäftsbereichen**

Nach einem Umsatzwachstum in 1999 von 9 % stieg der Umsatz im Geschäftsjahr 2000 um 17 % auf 363,6 Mio. Euro.

Wesentlichen Anteil am Wachstum des Geschäftsvolumens hatte der Geschäftsbereich Multimedia. Während im gesamten Jahr 1999 nur die Gerätefamilie Xelos und in den letzten Monaten die Gerätefamilie Aconda zur Verfügung standen, wurden im Jahr 2000 weitere Produktfamilien mit dem MediaPlus Chassis ausgestattet und somit multimediefähig. Auf Grund dieser Erweiterung der Produktpalette konnte der Umsatz um nahezu das Achtfache auf 50,9 Mio. Euro gesteigert werden.

Trotz der geplanten Substitutionseffekte zwischen den Geschäftsbereichen Multimedia und Unterhaltungselektronik hat sich der Umsatz im Produktbereich Fernsehen um 2 % erhöht. Dieser Zuwachs resultierte im Wesentlichen aus dem wieder stark gewachsenen Auslandsgeschäft.

In beiden Geschäftsbereichen haben Engpässe in der Materialversorgung die Realisierung zusätzlicher Umsatzpotenziale verhindert.

In den Produktbereichen DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi und Zubehör, die zum Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik gehören, stieg der Umsatz um 12 %. Dabei wurden die rückläufigen Videorecorderumsätze durch einen Umsatzzuwachs bei DVD-Playern mehr als kompensiert.

Im Geschäftsbereich Telekommunikation ging der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 5 % zurück. Ursache hierfür waren Engpässe in der Bauelementeversorgung im ersten Halbjahr und Anlaufverzögerungen bei neuen Produkten im zweiten Halbjahr.

| in Mio. Euro | 2000  | 1999  | +/- in% |
|--------------|-------|-------|---------|
| Inland       | 211,8 | 198,5 | + 7     |
| Ausland      | 151,8 | 111,0 | + 37    |

#### Umsatzerlöse nach Regionen



Das Wachstum im Inland von 7 % wurde im Wesentlichen durch den Erfolg der multimedialfähigen Fernseher erzielt. Wegen der Materialversorgungsprobleme konnten die bestehenden Wachstumspotenziale nicht voll genutzt werden.

Im Ausland ist Loewe wiederum deutlich schneller gewachsen als der Gesamtmarkt. Die Auslandsumsätze konnten um 37 % auf 151,8 Mio. Euro gesteigert werden. Damit wurde die strategische Zielsetzung, im Ausland bestehende Umsatzpotenziale auszuschöpfen, wieder einen Schritt vorangebracht.

Das größte Wachstum gab es dabei in den Ländern, in denen Loewe erst seit wenigen Jahren präsent ist, zum Beispiel in Norwegen und Schweden bzw. in Großbritannien.

In Australien stieg der Umsatz um 45 % auf 10,1 Mio. Euro. Dieser schon seit vielen Jahren von Loewe bearbeitete Markt wies in 2000 auf Grund der Olympischen Sommerspiele ein überdurchschnittliches Wachstum auf.

Im US-amerikanischen Markt konnten in 2000 an den Endverbraucher 71 % mehr Loewe Fernsehgeräte abgesetzt werden. Auf Grund hoher Lagerbestände beim amerikanischen Distributionspartner und dessen eingeschränkter Finanzkraft reduzierten sich allerdings die Lieferungen in die USA im Vorjahresvergleich um 2,5 Mio. Euro.

Da der Absatz überwiegend in Euroländer erfolgt und die übrigen Exportgeschäfte fast ausschließlich in deutscher Währung fakturiert werden, sind mit dem Auslandsgeschäft keine unmittelbaren Währungsrisiken verbunden.

| in Mio. Euro                        | 2000         | 1999         | +/- in%     |
|-------------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| Benelux                             | 39,2         | 31,6         | + 24        |
| Italien                             | 27,1         | 19,3         | + 40        |
| Spanien                             | 21,4         | 14,5         | + 48        |
| Schweiz                             | 9,8          | 7,5          | + 31        |
| Großbritannien                      | 8,7          | 4,1          | + 112       |
| Frankreich                          | 7,6          | 5,3          | + 43        |
| <b>Gesamt</b>                       | <b>113,8</b> | <b>82,3</b>  | <b>+ 38</b> |
| Übrige europäische Länder           | 24,4         | 15,7         | + 56        |
| Außereuropäische Länder             | 13,6         | 13,0         | + 5         |
| <b>Umsatzerlöse Ausland, Gesamt</b> | <b>151,8</b> | <b>111,0</b> | <b>+ 37</b> |

#### ■ Umsatzerlöse nach Ländern

Neben dem starken mengenmäßigen Absatzwachstum konnte ein deutlich verbesserter Produktmix durch Konzentration auf noch höherwertige Geräte erzielt werden. Gleichzeitig wurden die Verkaufspreise weitgehend konstant gehalten. Sie konnten teilweise sogar erhöht werden, da in 2000 eine branchenweite Verteuerung wesentlicher Einkaufsmaterialien zu verzeichnen war. Loewe konnte somit seine über dem vergleichbaren Wettbewerb liegende Preisposition beibehalten und zum Teil ausbauen.

#### HERSTELLUNGSKOSTEN UNTERPROPORTIONAL GESTIEGEN

|                        | 2000  | 1999  | +/-    |
|------------------------|-------|-------|--------|
| Kosten in Mio. Euro    | 269,3 | 231,5 | + 37,8 |
| Kosten in % vom Umsatz | 74,1  | 74,8  |        |

#### ■ Herstellungskosten

Die weltweite Verknappung elektronischer Bauelemente löste nicht nur Störungen und Einbußen in der Produktion aus, sondern führte im Verlauf des Jahres zu deutlich steigenden Einkaufspreisen. Die gleiche Wirkung hatte der starke Anstieg des Ölpreises. Aus Kunststoff hergestellte Teile, insbesondere im Designbereich, verteuerten sich erheblich. Hinzu kamen die Tarifsteigerungen bei den Personalkosten.

Diese negativen Einflüsse auf die Stückkosten konnten durch eine höhere Auslastung vorhandener Kapazitäten kompensiert werden. Darüber hinaus wurden in der zweiten Hälfte des Jahres 2000 Rationalisierungseffekte aus vorgenommenen Investitionen wirksam. Durch die neue Endeinbaulinie in der Fertigung sowie die neuen Automatischen Bestückungsanlagen wurden die Kapazitäten erhöht und die Prozesse vereinfacht.

#### HÖHERE VERTRIEBS- UND MARKETINGKOSTEN

|                        | 2000 | 1999 | +/-    |
|------------------------|------|------|--------|
| Kosten in Mio. Euro    | 63,5 | 52,3 | + 11,2 |
| Kosten in % vom Umsatz | 17,5 | 16,9 |        |

#### Vertriebs- und Marketingkosten

Der mit 21 % überproportionale Anstieg der Vertriebs- und Marketingkosten resultiert mit 9,8 Mio. Euro aus den Werbekosten und Frachten sowie mit 3,0 Mio. Euro aus den Kosten der Vertriebs- und Marketingorganisation bei 1,6 Mio. Euro niedrigeren anderen Vertriebskosten.

Die Werbekosten erhöhten sich in 2000 um 6,8 Mio. Euro auf 23,1 Mio. Euro. Der mit 42 % überproportionale Anstieg der Aufwendungen konzentrierte sich auf eine für den Verbraucher wahrnehmbare Positionierung der Marke Loewe. Dazu gehörten Maßnahmen wie z. B. die internationale Image-Kampagne mit Testimonials sowie Sponsoring Engagements. Mit dem in einer Auflage von 45.000 Stück erscheinenden Kundenmagazin „Touch“ soll ein individualisierter Kontakt zum Endverbraucher hergestellt werden. Der Online-Informationskanal Loewe Händler-Service wurde durch einen weiteren Baustein zur individuellen Kundenansprache ausgebaut. Die Präsentationssysteme für den Fachhandel kamen auch in ausländischen Märkten zum Einsatz.

Die Frachtkosten sind in 2000 wegen gestiegener Frachtpreise, bedingt vor allem durch die Ölpreisverteuerung, um 3,0 Mio. Euro auf 10,1 Mio. Euro überproportional gestiegen. Sie betragen in 2000 2,8 % vom Umsatz gegenüber 2,3 % im Vorjahr. Darüber hinaus ergaben sich zusätzliche Kosten, um die Qualität und Schnelligkeit der Versandwege zu verbessern. Als Folge der Materialversorgungsengpässe mussten verstärkt kostenintensive Einzellieferungen vorgenommen werden.

#### UNTERPROPORTIONALER ANSTIEG DER VERWALTUNGSKOSTEN

|                        | 2000 | 1999 | +/-   |
|------------------------|------|------|-------|
| Kosten in Mio. Euro    | 10,7 | 9,5  | + 1,2 |
| Kosten in % vom Umsatz | 2,9  | 3,1  |       |

#### Allgemeine Verwaltungskosten

Der Anstieg der Verwaltungskosten um 1,2 Mio. Euro auf 10,7 Mio. Euro ist im Wesentlichen auf den Aufbau bzw. die Intensivierung von Public Relations und Investor Relations sowie auf Beratungs- und andere Fremdkosten im Rahmen der strategischen Weiterentwicklung des Konzerns zurückzuführen.

#### SONSTIGE BETRIEBLICHE ERGEBNISSE UNVERÄNDERT

|                              | 2000 | 1999 | +/- |
|------------------------------|------|------|-----|
| Ertragssaldo in Mio. Euro    | 1,8  | 1,8  | 0   |
| Ertragssaldo in % vom Umsatz | 0,5  | 0,6  |     |

#### Sonstige betriebliche Erträge, sonstige betriebliche Aufwendungen, Erträge aus Beteiligungen

Der Ertragssaldo der sonstigen betrieblichen Ergebnisse von 1,8 Mio. Euro blieb gegenüber dem Vorjahr insgesamt unverändert.

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten mit 3,0 Mio. Euro sonstige Lieferungen und Leistungen sowie Mieterlöse, mit 1,8 Mio. Euro öffentliche Fördermittel für Entwicklungsprojekte und mit 3,7 Mio. Euro Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betreffen mit 4,7 Mio. Euro die Kosten für die sonstigen Lieferungen und Leistungen, Mieterlöse und öffentliche Fördermittel und mit 3,6 Mio. Euro Zuführungen zu Rückstellungen sowie andere betriebliche Aufwendungen.



#### ZINSERGEBNISSE VERBESSERT

|                               | 2000  | 1999  | +/-   |
|-------------------------------|-------|-------|-------|
| Aufwandssaldo in Mio. Euro    | - 1,1 | - 3,1 | + 2,0 |
| Aufwandssaldo in % vom Umsatz | - 0,3 | - 1,0 |       |

#### ■ Überschuss der Zinsaufwendungen über die Zinserträge

Der Zinsaufwandssaldo des Vorjahres reduzierte sich um 2,0 Mio. Euro auf 1,1 Mio. Euro.

Den Zinserträgen von 0,9 Mio. Euro aus der Anlage in kurzfristige Festgelder und Wertpapiere stehen 2,0 Mio. Euro Zinsaufwendungen gegenüber. Sie betreffen Darlehen von Banken und der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. sowie mit 0,9 Mio. Euro den Zinsanteil aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen.

Der jährliche Aufzinsungsbetrag der Pensionsrückstellungen wird nunmehr als Zinsen und nicht mehr als Bestandteil der Personalkosten ausgewiesen. Dadurch wird das operative Ergebnis auch nicht mehr durch Zinsaufwendungen für Pensionsrückstellungen belastet. Die Zahlen des Vorjahres wurden entsprechend angepasst.

## DIE GESCHÄFTSBEREICHE VON LOEWE

### UNTERHALTUNGSELEKTRONIK, MULTIMEDIA UND TELEKOMMUNIKATION

Die operativen Aktivitäten der Loewe Gruppe gliedern sich in die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik, Multimedia und Telekommunikation. Der größte Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik umfasst Fernsehgeräte, DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi und Zubehör. In 1998 wurde der Geschäftsbereich Multimedia gegründet, um das neu entstehende Marktsegment der multimedialen Fernsehgeräte gezielt zu bearbeiten. Bereits seit mehr als zehn Jahren werden im Geschäftsbereich Telekommunikation Telefone und Anrufbeantworter vermarktet. Hier erfolgte in den letzten beiden Jahren eine deutliche Höherpositionierung der Produkte und eine Konzentration auf schnurlose DECT-Telefone und Anrufbeantworter.

Zum Produktbereich Fernsehgeräte und zum Geschäftsbereich Multimedia gehören die Entwicklung, die Herstellung und der Vertrieb. Zur Abrundung des Produktprogramms wurden Monofernsehgeräte, DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi-Anlagen und Zubehör bzw. Produkte des Geschäftsbereiches Telekommunikation zugekauft. Loewe definiert die Leistungsmerkmale sowie das Design und vertreibt diese Produkte. Darüber hinaus wird sichergestellt, dass sich die entstehenden Produkte zu Systemen ergänzen und durch eine einfache Bedienbarkeit auszeichnen.

Der Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik ist trotz des dynamischen Wachstums im Geschäftsbereich Multimedia noch dominierend.

Seit der Einführung des MediaPlus Chassis, welches in viele Loewe High-End-Fernsehgeräte eingebaut wird, wachsen beide Geschäftsbereiche sukzessive zusammen. Je weiter sich das Fernsehgerät in Richtung Multimedia-Gerät entwickelt, um so stärker werden auch beide Geschäftsbereiche zusammenwachsen.

### UNTERHALTUNGSELEKTRONIK UND MULTIMEDIA MIT DYNAMISCHEM WACHSTUM

| in Mio. Euro                                 | 2000  | 1999  | +/- in% |
|--|-------|-------|---------|
| Umsatz                                       | 339,7 | 284,3 | + 19    |
| EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)       | 22,3  | 18,5  | + 21    |
| EBIT in % vom Umsatz                         | 6,6   | 6,5   |         |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 21,3  | 15,6  | + 36    |
| Investitionen                                | 23,0  | 18,2  | + 26    |
| Nettovermögen                                | 69,4  | 56,6  | + 23    |
| Mitarbeiter                                  | 1.077 | 1.054 | + 2     |

#### Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia

Die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia liefern bereits heute den größten Umsatz- und Ergebnisbeitrag. Auf Grund der attraktiven Zukunftspotenziale, insbesondere im Multimediabereich, wird gezielt in diese Geschäftsbereiche investiert.

## UMSATZ WIEDER ZWEISTELLIG GESTIEGEN

| in Mio. Euro                          | 2000         | 1999         | +/- in%     |
|---------------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| Fernsehgeräte                         | 238,1        | 233,1        | + 2         |
| Multimedia-Fernsehgeräte              | 50,9         | 5,8          | + 778       |
| <b>Fernseh- und Multimedia-Geräte</b> | <b>289,0</b> | <b>238,9</b> | <b>+ 21</b> |
| DVD-Player                            | 6,0          | 0,0          | -           |
| Videorecorder                         | 14,5         | 19,2         | - 24        |
| Hi-Fi-Anlagen                         | 3,9          | 2,2          | + 77        |
| Zubehör                               | 26,3         | 24,0         | + 10        |
| <b>Umsatz, Gesamt</b>                 | <b>339,7</b> | <b>284,3</b> | <b>+ 19</b> |

## Umsatz Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia

Der Umsatz in den Geschäftsbereichen Unterhaltungselektronik und Multimedia konnte in 2000 um 19 % gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Der weitaus überwiegende Teil des Wachstums wurde im Produktbereich Fernsehen unter Einschluss der multimediafähigen Fernsehgeräte realisiert. Insbesondere die unverändert dynamische Weiterentwicklung im Ausland hat hierzu den entscheidenden Beitrag geleistet.

Im Bereich der Fernsehgeräte konzentriert sich Loewe seit langem mit Erfolg auf die hochwertigen Segmente. In den Bereichen 100-Hz-Technik, Breitbildformat und Großbildgeräte über 72 cm Bildschirmdiagonale findet das stärkste Marktwachstum statt. Geräte mit 50-Hz-Technik und herkömmlichem 4:3-Bildschirmformat dominieren zwar weiterhin im Markt, werden aber zunehmend an Bedeutung verlieren. In den Wachstumssegmenten ist Loewe bereits heute sehr gut positioniert. Auch im Jahr 2000 konnte die Umsatzstruktur wiederum zu Gunsten der hochwertigen Segmente verbessert werden: 89 % der von Loewe verkauften Geräte sind inzwischen mit der flimmerfreien 100-Hz-Technik ausgerüstet. Der Anteil der Geräte im zukunftssträchtigen Breitbildformat 16:9 ist in 2000 um 9 Prozentpunkte auf 42 % gestiegen. Der Anteil der Großbildgeräte hat sich um 7 Prozentpunkte auf 37 % erhöht. Ein großer Teil dieser hochwertigen Geräte ist multimediafähig, d. h. sie bieten Zugang zum Internet oder den Empfang digitaler Satellitenprogramme. Entsprechend stieg der Anteil der multimediafähigen Geräte von 2 % in 1999 auf 17 % in 2000.



| in %   | 2000 | 1999 | +/-  |
|--|------|------|------|
| Umsatz Fernseh- und Multimedia-Geräte            | 100  | 100  |      |
| Davon mit:                                       |      |      |      |
| 100-Hz-Technik                                   | 89   | 84   | + 5  |
| Breitbildformat 16:9                             | 42   | 33   | + 9  |
| Großbildgeräte über 72 cm<br>Bildschirmdiagonale | 37   | 30   | + 7  |
| Multimediafähige Geräte                          | 17   | 2    | + 15 |

## Anteil der Segmente am Umsatz Fernseh- und Multimedia-Geräte

Die vornehmlich im ersten Halbjahr aufgetretenen Engpässe in der Materialversorgung haben eine weitere Nutzung der Umsatzpotenziale beeinträchtigt. Auf Grund der weltweiten Verknappung von elektronischen Bauelementen und der Ölpreiserhöhung sind die Einkaufspreise von Bauelementen und Designteilen aus Kunststoff in 2000 stark angestiegen. Aus diesem Grund konnten teilweise Preiserhöhungen bei bereits im Markt befindlichen Produkten durchgesetzt werden.

Auch bei anderen Produkten konnte das Geschäftsvolumen beachtlich gesteigert werden. Die in 2000 erstmals in das Produktprogramm aufgenommenen DVD-Player erbrachten einen Umsatz von 6 Mio. Euro. Sie überkompensierten die Substitution bei Videorecordern um 1,3 Mio. Euro. Der Produktbereich Hi-Fi-Anlagen wuchs annähernd um 80 %. Hier hat sich insbesondere die Einführung neuer Aktivlautsprechersysteme ausgewirkt. Der Umsatz mit Zubehör, im Wesentlichen als Ergänzung für Fernsehgeräte bestimmt, nahm um 10 % zu.

#### EBIT ÜBERPROPORTIONAL GESTIEGEN

| in Mio. Euro  | 2000        | 1999        | +/- in%     |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Unterhaltungselektronik                                   | 20,2        | 19,5        | + 4         |
| Multimedia  | 2,1         | - 1,0       |             |
| <b>Unterhaltungselektronik und<br/>Multimedia, Gesamt</b> | <b>22,3</b> | <b>18,5</b> | <b>+ 21</b> |

#### EBIT

Bei einem Umsatzwachstum von 19 % erhöhte sich das EBIT beider Bereiche überproportional um 21 %. Der Zuwachs resultiert aus einem besseren Produktmix durch Konzentration auf hochwertige Produkte, insbesondere multimediefähige Fernseher. Allerdings ergaben sich gegenläufige Einflüsse aus deutlich gestiegenen Einkaufspreisen für Bauelemente und Kunststoffteile. Sie konnten jedoch durch Anpassung der Verkaufspreise sowie durch Rationalisierungseffekte in der Produktion und bessere Auslastung vorhandener Kapazitäten weitgehend aufgefangen werden.

#### INVESTITIONEN MIT DEN SCHWERPUNKTEN NEUE PRODUKTE UND KAPAZITÄTSAUSWEITUNG

Der überwiegende Teil der Investitionen betrifft die Entwicklung neuer Produkte und Technologien sowie die Kapazitätsausweitung und Effizienzsteigerung in der Produktion.

Die Investitionen in Software und ähnliche Vermögensgegenstände betreffen vornehmlich den Ausbau von Internet- und internen Netzwerkanwendungen.

Die bilanzierten Entwicklungskosten von 4,7 Mio. Euro sind vorwiegend für Projekte in den Geschäftsbereichen Fernsehen und Multimedia angefallen. Im Vordergrund stand die Weiterentwicklung der 100-Hz-Technologie bei Fernsehgeräten und die Ausweitung der Produktpalette im Bereich Multimedia. Die Projekte sind überwiegend in 2000 durch entsprechende Produktlösungen realisiert worden.

Die größte Einzelinvestition in Sachanlagen war die Fertigstellung der neuen Endeinbaulinie für Fernseh- und Multimedia-Geräte. Das Gesamtvolumen dafür betrug 3,4 Mio. Euro, davon 2,6 Mio. Euro in 2000. Durch diese Investition wurde die Kapazität im Bereich des Endeinbaus auf 500.000 Geräte pro Jahr gesteigert. Das geplante Wachstum in diesem Bereich ist somit für die nächsten Jahre kapazitätsmäßig abgedeckt. Zugleich konnte eine deutliche Effizienzverbesserung in der Fertigung erreicht werden.

Mit Investitionen von 2,7 Mio. Euro wurden die Kapazitäten in der Automatischen Bestückung aufgestockt. Damit wurden zugleich wesentliche Rationalisierungseffekte erzielt.

Ein weiterer Schwerpunkt der Investitionen lag mit 5,1 Mio. Euro in Werkzeugen für das Design neuer Produkte, deren Markteinführung in 2000 erfolgte bzw. für das Jahr 2001 geplant ist.

Hochwertige Produkte werden dem Endverbraucher in einem entsprechenden Rahmen präsentiert. Das von Loewe hierfür geschaffene Instrumentarium reicht von kleinen Präsentationsbühnen über Präsentationssysteme hin bis zu Loewe Galerien. Die Kosten werden gemeinsam mit dem Fachhandel getragen. Loewe hat im vergangenen Jahr 1,5 Mio. Euro in solche Präsentationssysteme investiert.

Die Zugänge bei Finanzanlagen enthalten Darlehen an Loewe Galerien zur Förderung der hochwertigen Präsentation von Loewe Produkten sowie eine Beteiligung an der VCB Virtueller Campus Bayern GmbH, Hof/Bayern.

| in Mio. Euro                      | 2000        | 1999        | +/- in%     |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände | 5,9         | 5,2         | + 13        |
| Sachanlagen                       | 16,9        | 13,0        | + 30        |
| Finanzanlagen                     | 0,2         | 0           |             |
| <b>Investitionen, Gesamt</b>      | <b>23,0</b> | <b>18,2</b> | <b>+ 26</b> |

#### Investitionen

## AUSBAU VON MARKETING UND VERTRIEB

### STÄRKUNG DER MARKE LOEWE

Das seit Jahrzehnten anerkannte und vielfach ausgezeichnete Design der Loewe Produkte erhielt erneut seine Bestätigung in Form von Designpreisen für sechs Produkte durch das Industrie-Forum Design Hannover.

Alle zwei Jahre wird der Bundespreis Produktdesign verliehen. Diese höchste deutsche Auszeichnung gilt als „Design-Oscar“ und honoriert Gestaltungsleistungen der deutschen Industrie. Zum ersten Mal wurde diese Auszeichnung für einen Fernseher vergeben. Diese Auszeichnung erhielt Loewe im August für den superflachen Plasma-Fernseher Spheros. Bundeswirtschaftsminister Dr. Werner Müller überreichte in Frankfurt am Main den Bundespreis Produktdesign 2000/2001 an Loewe und das Designbüro Phoenix Product Design. Gewürdigt wurde das gesamte Produkt, neben der Form auch die innovative Technik, Ausstattung und Bedienungsführung.

Weiterhin hat Loewe in 2000 vom CHICAGO ATHENAEUM zusammen mit dem Designstudio Engel die Auszeichnung „Good Design Award“ für den Loewe Vitros erhalten.

### HERAUSRAGENDE PRODUKTNEUHEITEN

Die erfolgreiche Multimediastrategie wurde in 2000 durch die breite Umstellung von High-End-Produkten auf modulare MediaPlus Chassis forciert. Dies lässt sich auch im Erfolg einzelner Produkte ablesen:

Selten hat ein Produkt so schnell eine Spitzenposition im Markt erobert wie der vielfache Testsieger Loewe Aconda. Mit fast 15 % Marktanteil konnte sich der Loewe Aconda im Bereich der Fernsehgeräte mit Real-Flat-Bildröhren größer als 72 cm profilieren und hat damit laut GfK im deutschen Facheinzelhandel Erfolgsgeschichte 2000 geschrieben.

Im 3. Quartal präsentierte Loewe das erste Produkt der Produktfamilie Vitros. Die vollkommen flache Real-Flat-Bildröhre und das attraktive, zweifarbige Gehäuse sollen in erster Linie jüngere, technisch interessierte Kunden ansprechen.

### ANSPRUCHSVOLLE PRÄSENTATION DER PRODUKTE

Ambiente@home inspired by Loewe ist ein gleichermaßen ambitioniertes wie avantgardistisches Pilotprojekt, das Ende 2000 in der erweiterten Loewe Galerie in Hamburg realisiert wurde. Die lebendige Präsentation von Loewe Fernsehgeräten und Multimedia-Systemen sowie Hi-Fi-Anlagen findet in einer inspirierenden Lebenswelt statt.

Auch die Loewe Galerie in Stuttgart setzte auf 180 qm Präsentationsfläche Akzente durch die Weiterentwicklung der Präsentation und die Verwendung neuartiger Materialien. Seit September 2000 wird dem Kunden eine Produktplatzierung und eine Ansprache auf eine ganz andere Art geboten.



### SPONSORING FÖRDERT EMOTIONALES UND INTERNATIONALES IMAGE

Die Partnerschaft mit einer führenden Konzert- und Veranstaltungsagentur stellt Loewe als exklusiven Förderer in kulturelles Rampenlicht. Herausragende Bühnenergebnisse werden von Loewe unterstützt und begleitet. Dazu dienen Anzeigen in der Programmliteratur, Präsenz auf Premierenfeiern sowie Produkt-Placement in hochkarätigen Produktionsstätten und gleichwertigen Spielorten. Im November 2000 standen die beeindruckenden Europatourneen des Alvin Ailey Dance Theaters sowie der Harlem Gospel Singers auf dem Programm.

### STÄRKUNG DER INTERNATIONALEN VERTRIEBSKRAFT VON LOEWE

Um die weitere Internationalisierung abzusichern, wurde für die internationalen Märkte die Vertriebsorganisation deutlich verstärkt. Auch im internationalen Geschäft erfolgte dabei eine Effizienzsteigerung durch konsequente Nutzung von SAP R/3. Eine Extranet-Lösung als Händler-Informationssystem wird ebenfalls schrittweise umgesetzt.

In den wichtigsten europäischen Kernmärkten wurde damit begonnen, die Fachhändler durch ein neu entwickeltes Partnerschaftskonzept noch enger an die Marke Loewe zu binden. Ziel ist eine qualitative Verbesserung der Verkaufspunkte. Kernstück hierzu ist eine herausragende Präsentation der Marke Loewe auf Loewe spezifischen Präsentationssystemen. Allein in Deutschland wurden mehr als 800 Händler in diese Maßnahme mit einbezogen. Weitere 300 Händler werden im Jahr 2001 folgen. Insgesamt wurden für die Präsentationssysteme in Europa im vergangenen Jahr 1,5 Mio. Euro investiert. Darüber hinaus haben die Vertriebspartner einen etwa gleich hohen Betrag aufgewandt.

Markt und Technik unterliegen einem schnellen Wandel. Der Erfolg der Loewe Fachhändler hängt davon ab, wie gut die Partner über alle Änderungen und Neuerungen informiert sind. Loewe hat deshalb in 2000 wieder in vielen Seminaren und Workshops in den Schwerpunktthemen Produktmarketing, Handelsmarketing und Technik über aktuelle Themen und Entwicklungen informiert und mit Mitarbeitern des Fachhandels diskutiert.

#### **VERTIEFUNG DER KOMMUNIKATION MIT DEN KUNDEN**

Das Loewe Endkundenmagazin „Touch“ hat mittlerweile eine feste Funktion erhalten. Bereits über 100 Partnervertragshändler nutzen das jährlich dreimal erscheinende Loewe Magazin zur persönlichen Kontaktpflege mit Interessenten und Endkunden. Die Gesamtauflage von derzeit 45.000 Exemplaren spricht für die positive Resonanz.

Loewe Fachhändler in Deutschland können zur Kundengewinnung und -bindung ein neues Internet-Marketinginstrument, den Loewe Dialog-Marketingbaukasten nutzen. Dieser Service unterstützt den Fachhändler bei der zweckgerichteten Ansprache der relevanten Zielgruppen mit effizienten Mailings. Das innovative Marketinginstrument wird sukzessive in den ausländischen Märkten eingesetzt werden.

#### **LOEWE IM URTEIL DER HANDELSPARTNER**

Loewe wurde im Jahr 2000 eine weitere, besonders wichtige Auszeichnung zuteil. In einer Umfrage des Branchendienstes „markt intern“ wählten die Fachhändler Loewe im Segment der Fernsehgeräte zur Top-Marke 2000.

In der Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung GfK über die Zufriedenheit des Fachhandels gehörte Loewe bei den Fachmärkten zu den besten drei. Beim Fachhandel erzielte Loewe, wie auch bereits in 1999, den ersten Platz.

#### **WAHRUNG DER TECHNOLOGISCHEN SPITZENSTELLUNG**

Die Entwicklungsaktivitäten wurden in 2000 intensiviert, um auch in Zukunft mit brillanten Testergebnissen zu glänzen.

Wesentliche Schwerpunkte waren in 2000 die konsequente Fortentwicklung der 100-Hz-Technologie bei Fernsehgeräten, die Ausweitung der Multimedia-Produktpalette sowie die Vernetzung vieler elektronischer Geräte im Haushalt mit einem zur Kommunikationszentrale weiterentwickelten Fernsehgerät. Weiterhin wurde für den amerikanischen Markt ein neues Chassis auf der Basis der HDTV(High Definition Television)-Technologie (1080 i) entwickelt, mit dessen Produktion Ende 2000 begonnen wurde. Es ist für hochauflösende Fernsehsignale vorgesehen, die in den USA voraussichtlich früher als in Europa zum Einsatz kommen sollen.

Die im Bereich der 100-Hz-Technologie für High-End-Produkte entwickelte Chassis-Generation erzielt deutliche Leistungssteigerungen, insbesondere auch bei der Darstellung von DVB(Digital Video Broadcast)- und DVD(Digital Versatile Disc)-Quellen. Auf der gleichen Chassis-Plattform baut das Grundchassis mit der Bezeichnung MediaPlus auf, welches mit neu entwickelten und auf Wunsch des Kunden nachrüstbaren Online- und DVB-Modulen zum Multimedia-System ausgestattet werden kann.

Um offene Standards für multimediale Anwendungen im Fernsehen geht es bei unserer Partnerschaft mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT), München. Die so genannte Multimedia Home Platform ermöglicht künftig dem Kunden, unabhängig von Gerätehersteller, Netzwerk- und Inhaltsanbieter über eine einheitliche Plattform auf digitale Dienste verschiedener Anbieter zuzugreifen. Es wird davon ausgegangen, dass diese

Zusammenarbeit mit dem IRT – weiterer Partner ist u. a. Sun Microsystems – die frühzeitige Einführung neuer Multimedia-Produkte nachhaltig fördert.

Mit dem ZDF hat Loewe das „zap2web“ entwickelt, welches eine direkte Verbindung von Fernsehprogramm und Internet herstellt: Auf Knopfdruck per Fernbedienung erscheint – ohne eine Internet-Adresse eingeben zu müssen – die gewünschte Seite zur Sendung. Das ZDF strahlt mit dem Programm eine entsprechende Kennung aus, die Loewe Multimedia-Fernseher empfangen und zuordnen. Dieser weitere wichtige Meilenstein auf dem Weg zur einfacheren Nutzung von Multimedia wird als Standard auch anderen Programmanbietern und Geräteherstellern offen stehen.

Mit der Firma Sharp wurde eine Vereinbarung zur Zusammenarbeit auf dem Gebiet von LCD-Fernsehern getroffen. Diese langfristige Technologiekooperation mit Sharp bezieht sich auf das High-End-Segment. Die Zusammenarbeit profitiert aus der Kombination von Sharps Display-Technologie und dem Know-how von Loewe am europäischen Markt auf den Gebieten Bedienung am Bildschirm, Multistandard-Tuner sowie europäisches Videotext-System. Die betreffenden Komponenten werden am Standort von Loewe in Kronach entwickelt und hergestellt.



Als Ergebnis der Kooperation mit Sharp ist Ende 2000 der erste 15" -LCD-Fernseher in der neuen TFT-LCD(Thin Flat Tube – Liquid Cristal Display)-Technologie in den Markt eingeführt worden. Das Gerät hat anstelle einer Bildröhre ein flaches Display in der neuen, optimal auf Fernsehansforderungen eingestellten LCD-Technologie. Damit erweitert Loewe seine Flat-Screen-Produktpalette um ein weiteres innovatives Produkt.

Zusammen mit Partnern arbeitet Loewe an Entwicklungsprojekten wie SIPROS, in dem eine komplett neue Hard- und Software-Plattform für multimediale Fernsehgeräte entwickelt wird. Die Projekte HARYS und EMBASSI stellen die Bedienbarkeit der Geräte auf eine völlig neue Grundlage. Das Projekt INHOMENET wird es ermöglichen, das Fernsehgerät in vielfältiger Weise sowohl innerhalb des Hauses als auch außerhalb an die modernen Kabelnetze und an die Mobilnetze anzubinden.

Im Juli wurde in Hannover ein Softwarezentrum für die Entwicklung von Multimedia- und Internetsoftware eingerichtet und sukzessive zu einem Kompetenzzentrum für digitales Fernsehen und Internet ausgebaut. Für die Auswahl des Standortes war die Nähe zu den technischen Fachbereichen der Hochschulen Hannover, Braunschweig und Hildesheim entscheidend. Die Universität Braunschweig ist beispielsweise führend im Bereich

digitales Fernsehen auf Basis des europäischen Standards DVB, die Hochschule in Hannover auf dem Gebiet der Bildkompression. Dieser zweite Standort ermöglicht es, die Entwicklungskapazitäten zügig auszubauen. Aber auch der Entwicklungsbereich am Standort Kronach wurde und wird weiter ausgebaut. In 2000 wurden hier zusätzlich 10 Entwicklungsingenieure eingestellt.

### HERAUSRAGENDE TESTERGEBNISSE

Während des gesamten Jahres 2000 glänzten Loewe Produkte mit hervorragenden Testergebnissen im In- und Ausland. Besonders gut schnitten der neue Multimedia-Fernseher Aconda und der Plasma-Fernseher Spheros ab. Aber auch andere Produkte konnten punkten. Einige Beispiele:

Die Zeitschrift „Audio“ (4/2000) bezeichnete den Aconda als „Ein wahrer Master of the Universe“. Er gehörte zu den Erstplatzierten bei der Stiftung Warentest (5/2000), wurde Testsieger in der Zeitschrift „Hi-Fi Test“ (2/2000) sowie in der Zeitschrift „Video“ (3/2000). Darüber hinaus erhielt er das Prädikat „Referenzklasse“ in der Zeitschrift „Audio Surround“ (4/2000).

Ähnlich positiv äußerten sich Tester im Ausland über den Aconda: „These results are predictably superior, backing up the subjective impression of a premium manufacturer operating at the top of its game“ (HOME CINEMA CHOICE, 6/2000), und „Nous avons choisi de tester l'Aconda dans ces pages, vous allez voir que les beaux produits peuvent encore faire rêver, même s'ils paraissent d'emblée inaccessibles“ (Hifi vidéo/Home cinéma, 5/2000).

Mit der Überschrift „TV from outer Space“ betitelte die Zeitschrift „T3“ (7/2000) den superflachen Plasma-TV Spheros.

Die Zeitschrift „Video“ (10/2000) hat den Fernseher Xelos mit „sehr gut“ bewertet und ihm das Prädikat „Kauftipp“ gegeben. Besonders hervorgehoben wurde das Bedienungskonzept.

Im Test der Zeitschrift „Hi-Fi Test“ (2/2000) wurden komplette Systemlösungen getestet. Loewe war mit dem Aconda 9381 ZW, dem Videorecorder ViewVision 5106 H und dem DVD-Player 5006 DD beteiligt. Das Urteil war „Spitzenklasse“, das Preis-Leistungs-Verhältnis wurde als „sehr gut“ bezeichnet.

Komplettsysteme wurden ebenfalls von der Zeitschrift „Stereo“ (10/2000) getestet. Hier standen der Fernseher Credo 7681 ZPH im Verbund mit der Hi-Fi-Anlage Legro 2, dem DVD-Player Auro 9006 DD, dem Videorecorder Centros 6206 H, den Standlautsprechern L2A sowie Funk-Surroundlautsprechern L82 HF und Subwoofer LS 81 SW auf dem Prüfstand. Das Urteil hieß „sehr gut“, wobei insbesondere die Ausstattungsvielfalt des Systems als „Weltklasse“ bezeichnet wurde.

Im Test von Fernsehgeräten im üblichen 4:3-Format und im 16:9-Breitbildformat der Stiftung Warentest (11/2000) erhielt der Loewe Fernseher Cantus 3870 ZW das Prädikat „Erste Wahl“ und die Bestnote für hervorragende Ausstattung und vorzüglichen Klang.

### STRATEGISCHE NEUAUSRICHTUNG IM GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION UMGESETZT

Der Geschäftsbereich Telekommunikation beschäftigt sich mit dem Design und der Definition technischer Leistungsmerkmale von schnurlosen DECT-Telefonen und Anrufbeantwortern sowie mit dem Vertrieb dieser Geräte. Die Entwicklung und Fertigung erfolgt bei Partnern in Fernost.

| in Mio. Euro                                 | 2000  | 1999  | +/- in% |
|--|-------|-------|---------|
| Umsatz                                       | 23,9  | 25,2  | - 5     |
| EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)       | - 0,4 | - 0,5 | + 20    |
| EBIT in % vom Umsatz                         | - 1,7 | - 2,0 |         |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | - 0,5 | - 0,7 | + 29    |
| Investitionen                                | 0,7   | 0,3   | + 133   |
| Nettovermögen                                | 0,8   | 1,2   | - 33    |
| Mitarbeiter                                  | 29    | 33    | - 12    |

#### ■ Geschäftsbereich Telekommunikation

#### UMSATZ NOCH LEICHT RÜCKLÄUFIG

In 1999 wurde die strategische Neuausrichtung des Geschäftsbereiches Telekommunikation eingeleitet. Sie ist in 2000 weiter durch Konzentration auf höherwertige und ertragsstarke Produkte unter der Marke Loewe umgesetzt worden. Mit der auf der CeBIT im Februar 2000 vorgestellten neuen Generation von schnurlosen DECT-Telefonen der 4000er Serie, die im Juni 2000 auf den Markt gekommen ist, wurde ein wichtiger Schritt in der Höherpositionierung der Telekommunikationsprodukte realisiert. So gehörte zu den vom Industrie-Forum Design Hannover ausgezeichneten Produkten auch das schnurlose Telefon DECT 5000, das in 2001 auf den Markt kommt.

Die Produktpalette umfasst schnurlose Telefone nach dem DECT-Standard sowie Anrufbeantworter.

| in Mio. Euro          | 2000        | 1999        | +/- in%    |
|-----------------------|-------------|-------------|------------|
| Schnurlose Telefone   | 17,3        | 14,2        | + 22       |
| Anrufbeantworter      | 5,3         | 5,4         | - 2        |
| Sonstige              | 1,3         | 5,6         | - 77       |
| <b>Umsatz, Gesamt</b> | <b>23,9</b> | <b>25,2</b> | <b>- 5</b> |

#### Umsatz

Auf Grund der Strukturbereinigung und Aufgabe der schnurgebundenen Telefone ging der Umsatz in 2000 gegenüber dem Vorjahr um 5 % zurück. Dies ist im Wesentlichen auf den bewussten Verzicht auf schnurgebundene Telefone und OEM-Geräte mit einem Umsatzminus von 4,4 Mio. Euro bzw. 77 % gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen.

Dagegen konnte bei den schnurlosen DECT-Telefonen eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 22 % bzw. 3,1 Mio. Euro realisiert werden. Der Umsatz bei Anrufbeantwortern blieb mit 5,3 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr beinahe unverändert.

Mit den neuen Produkten wurden auch die ersten ausländischen Märkte erschlossen und erste Umsätze in Belgien und der Schweiz getätigt.

In 2000 konnten Umsatzpotenziale nicht ausgeschöpft werden. Während sich im ersten Halbjahr die Verknappung von elektronischen Bauelementen auswirkte, kam es insbesondere im zweiten Halbjahr zu Verzögerungen beim Produktionsanlauf neuer Produkte. Insgesamt blieb der Umsatz dadurch unter den geplanten Umsätzen.

Trotz dieser Engpässe konnte im Wachstumsmarkt der schnurlosen DECT-Telefone der wertmäßige Marktanteil im Facheinzelhandel auf 7,1 % gesteigert werden. Im rückläufigen Markt der Anrufbeantworter erhöhte sich der Marktanteil auf 44 %.

#### EBIT VERBESSERT, JEDOCH NOCH NICHT POSITIV

| in Mio. Euro | 2000  | 1999  | +/- in% |
|--------------|-------|-------|---------|
| EBIT         | - 0,4 | - 0,5 | + 20    |
| <b>EBIT</b>  |       |       |         |

In 2000 konnte trotz der gelungenen strategischen Neuausrichtung kein positives Ergebnis erzielt werden. Das EBIT lag mit -0,4 Mio. Euro etwas besser als das Vorjahresergebnis. Das unbefriedigende Ergebnis resultiert hauptsächlich aus den bereits erwähnten Warenverfügbarkeitsproblemen und den Rückständen beim Anlauf neuer Produkte.

#### INVESTITIONEN IN NEUE PRODUKTE

| in Mio. Euro                      | 2000       | 1999       | +/- in%      |
|-----------------------------------|------------|------------|--------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände | 0,2        | 0,1        | + 100        |
| Sachanlagen                       | 0,5        | 0,2        | + 150        |
| <b>Investitionen, Gesamt</b>      | <b>0,7</b> | <b>0,3</b> | <b>+ 133</b> |

#### Investitionen

Die Investitionen in Höhe von 0,7 Mio. Euro betreffen vornehmlich Werkzeuge für die bereits angelaufene Produktion der schnurlosen DECT-Telefone der 4000er Serie sowie für die in 2001 beginnende Produktion der 5000er Serie.

#### AUSBAU DER MARKETING- UND VERTRIEBSORGANISATION

In 2000 wurde die Vertriebsorganisation im Marketing und Export um insgesamt 4 Mitarbeiter verstärkt. Durch die Konzentration auf Produkte der Marke Loewe wurde die Zahl der Mitarbeiter im Zusammenhang mit der Schließung der Tochtergesellschaft in Hong Kong reduziert, so dass sich insgesamt ein Rückgang der Zahl der Mitarbeiter von 33 auf 29 Personen ergab.



## VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

BILANZSUMME STEIGT UNTERPROPORTIONAL ZUR  
GESCHÄFTSAUSWEITUNG

| in Mio. Euro  | 2000         | 1999         | +/-           |
|---|--------------|--------------|---------------|
| Anlagevermögen  | 59,0         | 53,9         | + 5,1         |
| Vorratsvermögen                                       | 44,4         | 32,3         | + 12,1        |
| Forderungen aus Lieferungen<br>und Leistungen         | 84,1         | 74,6         | + 9,5         |
| Sonstiges Umlaufvermögen                              | 17,6         | 16,8         | + 0,8         |
| <b>Summe Aktiva</b>                                   | <b>205,1</b> | <b>177,6</b> | <b>+ 27,5</b> |
| Eigenkapital einschließlich Anteile<br>im Fremdbesitz | 70,2         | 57,8         | + 12,4        |
| Rückstellungen  | 74,6         | 69,6         | + 5,0         |
| Verbindlichkeiten                                     | 60,3         | 50,2         | + 10,1        |
| <b>Summe Passiva</b>                                  | <b>205,1</b> | <b>177,6</b> | <b>+ 27,5</b> |

Die Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr von 177,6 Mio. Euro um 27,5 Mio. Euro auf 205,1 Mio. Euro. Der Anstieg von 15 % ist unterproportional zur Geschäftsausweitung von 17 %.

## ANLAGEVERMÖGEN STEIGT DURCH INVESTITIONSSCHUB

| in Mio. Euro                      | 2000        | 1999        | +/-          |
|-----------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Immaterielle Vermögensgegenstände | 9,0         | 8,3         | + 0,7        |
| Sachanlagen                       | 49,7        | 45,4        | + 4,3        |
| Finanzanlagen                     | 0,3         | 0,2         | + 0,1        |
| <b>Anlagevermögen, Gesamt</b>     | <b>59,0</b> | <b>53,9</b> | <b>+ 5,1</b> |
| <b>in % der Bilanzsumme</b>       | <b>29</b>   | <b>30</b>   |              |

 **Anlagevermögen**

Die immateriellen Vermögenswerte betreffen vornehmlich nach den Vorschriften des IAS zu bilanzierende Entwicklungskosten für neue Fernseh- und Multimedia-Produkte. Die Sachanlagen umfassen Grundstücke und Gebäude in Kronach, die dort befindlichen Produktionsanlagen sowie sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung. Darin enthalten sind auch Werkzeuge für Designteile, die sich fast ausschließlich bei Lieferanten befinden, sowie Präsentationssysteme beim Fachhandel für Loewe Produkte.

Der Zuwachs im Anlagevermögen von 5,1 Mio. Euro resultiert im Wesentlichen aus Investitionen in Höhe von 23,7 Mio. Euro und Abschreibungen von 18,5 Mio. Euro.

| in Mio. Euro                               | 2000          |                | 1999          |                |
|--|---------------|----------------|---------------|----------------|
|  | Investitionen | Abschreibungen | Investitionen | Abschreibungen |
| <b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>   |               |                |               |                |
| Software und ähnliche Vermögensgegenstände | 1,4           | 0,8            | 0,6           | 1,0            |
| Entwicklungskosten                         | 4,7           | 4,5            | 4,7           | 4,5            |
|  | <b>6,1</b>    | <b>5,3</b>     | <b>5,3</b>    | <b>5,5</b>     |
| <b>Sachanlagen</b>                         | <b>17,4</b>   | <b>13,2</b>    | <b>13,2</b>   | <b>10,7</b>    |
| <b>Finanzanlagen</b>                       | <b>0,2</b>    | <b>0</b>       | <b>0</b>      | <b>0</b>       |
| <b>Investitionen, Gesamt</b>               | <b>23,7</b>   | <b>18,5</b>    | <b>18,5</b>   | <b>16,2</b>    |

#### ■ Investitionen/Abschreibungen

Die Investitionen von 23,7 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2000 sind gegenüber denen des Vorjahres um 5,2 Mio. Euro gestiegen. Der überwiegende Teil davon ist für die Entwicklung neuer Produkte sowie für die Kapazitätsausweitung und Effizienzsteigerung in der Produktion eingesetzt worden.

Die Investitionen in Software und ähnliche Vermögensgegenstände betreffen vornehmlich den Ausbau von Internet- und internen Netzwerkanwendungen. Die bilanzierten Entwicklungskosten von 4,7 Mio. Euro für Entwicklungsprojekte blieben gegenüber dem Vorjahr unverändert. Sie betreffen vorwiegend die Bereiche Fernsehen und Multimedia.

Die größte Einzelinvestition in Sachanlagen war die Fertigstellung der neuen Endeinbaulinie für Fernseh- und Multimedia-Geräte. Das Gesamtvolumen dafür betrug 3,4 Mio. Euro, davon 2,6 Mio. Euro in 2000. Mit Investitionen von 2,7 Mio. Euro wurden die Kapazitäten in der Automatischen Bestückung aufgestockt. Damit wurden zugleich wesentliche Rationalisierungseffekte erzielt. Ein weiterer Schwerpunkt der Investitionen lag mit 5,6 Mio. Euro in Werkzeugen für das Design neuer Produkte, deren Markteinführung in 2000 erfolgte bzw. für das Jahr 2001 geplant ist.

Hochwertige Produkte müssen dem Endverbraucher in einem angemessenen Rahmen präsentiert werden. Das von Loewe hierfür geschaffene Instrumentarium reicht von kleinen Präsentationsbühnen bis zu kompletten Präsentationssystemen, für die in 2000 1,5 Mio. Euro investiert wurden.

Die Zugänge bei Finanzanlagen enthalten im Wesentlichen Darlehen an Loewe Galerien zur Förderung der hochwertigen Präsentation von Loewe Produkten.

Die Abschreibungen liegen mit 18,5 Mio. Euro unter dem korrespondierenden Investitionsvolumen von 23,7 Mio. Euro.



### HÖHERE VORRÄTE AUF GRUND VON BESCHAFFUNGSENGPÄSSEN

| in Mio. Euro   | 2000        | 1999        | +/-           |
|--|-------------|-------------|---------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe<br>sowie unfertige Waren | 17,6        | 8,8         | + 8,8         |
| Fertige Erzeugnisse und Waren                            | 26,8        | 23,5        | + 3,3         |
| <b>Vorräte, Gesamt</b>                                   | <b>44,4</b> | <b>32,3</b> | <b>+ 12,1</b> |
| <b>in % der Bilanzsumme</b>                              | <b>22</b>   | <b>18</b>   |               |

#### Vorräte

Die Vorräte stiegen überproportional um 37 % auf 44,4 Mio. Euro. Der Schwerpunkt der Steigerung liegt bei den Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen und unfertigen Erzeugnissen, die sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelten. Der Aufbau ist eine unmittelbare Folge der Lieferengpässe bei Bildröhren zum Jahresende. Um Produktionsausfälle zu vermeiden, wurden Sicherheitsvorräte bei verschiedenen Materialien gezielt angelegt. Auf kurzfristige Materialengpässe soll mit der Produktion alternativer Produkte reagiert werden können. Hierdurch wurde in 2000 die hohe Auslastung der Produktionsanlagen sichergestellt.

Die Fertigwarenvorräte stiegen um 3,3 Mio. Euro auf 26,8 Mio. Euro an. Hierin sind 0,6 Mio. Euro enthalten, die zur Unterstützung eines Distributionspartners im eigenen Bestand gehalten werden. Der Anstieg um 14 % ist im Vergleich zur Steigerung des Geschäftsvolumens unterproportional.

### FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN STEIGEN MIT DEM GESCHÄFTSVOLUMEN

| in Mio. Euro                                  | 2000      | 1999      | +/-   |
|---|-----------|-----------|-------|
| Forderungen aus Lieferungen<br>und Leistungen | 84,1      | 74,6      | + 9,5 |
| <b>in % der Bilanzsumme</b>                   | <b>41</b> | <b>42</b> |       |

#### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um 9,5 Mio. Euro auf 84,1 Mio. Euro. Damit steigen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 13 % gegenüber dem Vorjahr. Auf Grund des höheren Umsatzes mit kurzfristig zahlenden Kunden ist die Steigerung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen unterproportional zur Ausweitung des Geschäftsvolumens in Höhe von 17 %.

Die Forderungen betreffen inländische Kunden mit 56,4 Mio. Euro und ausländische Kunden mit 27,7 Mio. Euro. Die durchschnittliche Forderungslaufzeit von knapp 2 Monaten liegt leicht unter dem Vorjahreswert.

### SONSTIGES UMLAUFVERMÖGEN WEITGEHEND UNVERÄNDERT

Das sonstige Umlaufvermögen umfasst sonstige Vermögensgegenstände von 6,3 Mio. Euro, latente Steuerforderungen von 1,0 Mio. Euro und flüssige Mittel von 10,3 Mio. Euro.

Gegenüber dem Vorjahr haben sich keine nennenswerten Veränderungen ergeben.

### FINANZKRAFT WEITER GESTÄRKT

#### PROFITABLES GESCHÄFT VERBESSERT EIGENKAPITALBASIS

| in Mio. Euro                | 2000      | 1999      | +/-    |
|-----------------------------|-----------|-----------|--------|
| Eigenkapital                | 69,5      | 57,5      | + 12,0 |
| <b>in % der Bilanzsumme</b> | <b>34</b> | <b>32</b> |        |
| Anteile im Fremdbesitz      | 0,7       | 0,3       | + 0,4  |

#### ■ Eigenkapital

Das Eigenkapital erhöhte sich um 12,0 Mio. Euro auf 69,5 Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote von 34 % liegt um 2 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau.

Zugleich erhöhte sich die Deckung des Anlagevermögens durch das Eigenkapital von 107 % auf 118 %.

Die Anteile im Fremdbesitz (0,7 Mio. Euro) betreffen eine 1%ige Minderheitsbeteiligung an der Loewe Opta GmbH sowie eine mit Wirkung vom 1.1. 2000 bestehende 10%ige Minderheitsbeteiligung an der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. Diese wurde an das geschäftsführende Vorstandsmitglied der Gesellschaft veräußert, um dessen Identifikation mit dem und die Bindung an das Unternehmen zu stärken.

### RÜCKSTELLUNGEN TRAGEN DEM GESTIEGENEN GESCHÄFTSVOLUMEN RECHNUNG

| in Mio. Euro                  | 2000        | 1999        | +/-          |
|-------------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Pensionsrückstellungen        | 27,0        | 25,8        | + 1,2        |
| Steuerrückstellungen          | 4,6         | 6,0         | - 1,4        |
| Sonstige Rückstellungen       | 43,0        | 37,8        | + 5,2        |
| <b>Rückstellungen, Gesamt</b> | <b>74,6</b> | <b>69,6</b> | <b>+ 5,0</b> |
| <b>in % der Bilanzsumme</b>   | <b>36</b>   | <b>39</b>   |              |

#### Rückstellungen

Nachdem bereits im Jahr 1997 ein Teil der Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitarbeitern in eine Unterstützungskasse ausgegliedert worden war, wurden Ende 2000 die restlichen Verpflichtungen gegenüber inaktiven Mitarbeitern in die Loewe Pensionsgesellschaft mbH ausgegliedert. Ziel ist die Trennung des operativen Geschäfts von der Verwaltung der Pensionsverpflichtungen. Zur Deckung der übernommenen Verpflichtungen wurden dieser Gesellschaft 10,6 Mio. Euro zur Verfügung gestellt. Eine Veränderung bei den Pensionsrückstellungen ergab sich daraus nicht, weil die Loewe Pensionsgesellschaft als verbundenes Unternehmen in den Konzernabschluss eingeschlossen ist.

Die Steuerrückstellungen reduzierten sich durch höhere Vorauszahlungen.

Die Erhöhung der Sonstigen Rückstellungen um 14 % ist unterproportional im Vergleich zum gestiegenen Geschäftsvolumen. Dies ist zum größten Teil darauf zurückzuführen, dass das Umsatzwachstum vorwiegend im Ausland realisiert wurde, für das geringere Rückstellungen für Jahresbonifikationen zu berücksichtigen sind.

#### FINANZVERBINDLICHKEITEN REDUZIERT

| in Mio. Euro                                     | 2000        | 1999        | +/-           |
|--|-------------|-------------|---------------|
| Langfristige Schulden                            | 5,4         | 6,8         | - 1,4         |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 39,8        | 24,8        | + 15,0        |
| Andere kurzfristige Verbindlichkeiten            | 15,1        | 18,6        | - 3,5         |
| <b>Verbindlichkeiten, Gesamt</b>                 | <b>60,3</b> | <b>50,2</b> | <b>+ 10,1</b> |
| <b>in % der Bilanzsumme</b>                      | <b>29</b>   | <b>28</b>   |               |

■ Verbindlichkeiten

Die Tilgung der langfristigen Schulden erfolgte planmäßig. Der starke Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen steht in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Aufbau der Vorräte zum Jahresende. Die anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten reduzierten sich im Wesentlichen durch Rückzahlung von Darlehen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. und anderen Darlehen.

#### SOLIDER CASHFLOW

| in Mio. Euro                         | 2000   | 1999   | +/-    |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| Cashflow aus                         |        |        |        |
| laufender Geschäftstätigkeit         | 31,1   | 28,4   | + 2,7  |
| Investitionstätigkeit                | - 23,4 | - 18,0 | - 5,4  |
| Finanzierungstätigkeit               | - 8,4  | 6,4    | - 14,8 |
| Veränderung des Finanzmittelbestands | - 0,7  | 16,8   | - 17,5 |

**Cashflow**

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 31,1 Mio. Euro lag nur um 2,7 Mio. Euro über dem Vorjahr. Hauptursache für die moderate Steigerung sind die in 2000 erstmals einsetzenden Steuerzahlungen, die sowohl das Jahr 1999 als auch das Jahr 2000 betreffen. Sie lagen mit 7,9 Mio. Euro um 7,5 Mio. Euro über dem Vorjahr und überkompensierten dadurch das um 6,0 Mio. Euro gewachsene Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Die restlichen Abweichungen betreffen im Wesentlichen die um 2,3 Mio. Euro auf 18,5 Mio. Euro gestiegenen Abschreibungen sowie die um 1,3 Mio. Euro höhere Kapitalbindung im Nettoumlaufvermögen.

| in Mio. Euro                                     | 2000         | 1999         | +/-           |
|--|--------------|--------------|---------------|
| Vorräte  | 44,4         | 32,3         | + 12,1        |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen       | 84,1         | 74,6         | + 9,5         |
| Sonstige Vermögensgegenstände*                   | 3,7          | 2,7          | + 1,0         |
| <b>Betriebsvermögen, Gesamt</b>                  | <b>132,2</b> | <b>109,6</b> | <b>+ 22,6</b> |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | - 39,8       | - 24,8       | - 15,0        |
| Sonstige Rückstellungen                          | - 43,0       | - 37,8       | - 5,2         |
| Andere kurzfristige Verbindlichkeiten*           | - 4,6        | - 3,5        | - 1,1         |
| <b>Gesamt</b>                                    | <b>44,8</b>  | <b>43,5</b>  | <b>+ 1,3</b>  |

\* ohne Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

#### ■ Veränderung des Nettoumlaufvermögens

Die gestiegenen Vorräte und Forderungen konnten fast völlig durch höhere Rückstellungen und Verbindlichkeiten ausgeglichen werden.

Die um 12,1 Mio. Euro höheren Vorräte von 44,4 Mio. Euro dienen zum einen der Ausweitung des Geschäftsvolumens, vor allem jedoch der Bewältigung von Materialversorgungsengpässen durch Aufbau von Sicherheitsbeständen.

Der Mittelabfluss für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich um 5,1 Mio. Euro auf 23,5 Mio. Euro. Die Auszahlungen in Finanzanlagen von 0,2 Mio. Euro beziehen sich im Wesentlichen auf langfristige Ausleihungen zur Unterstützung der Vertriebsaktivitäten.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit im Geschäftsjahr 2000 betrug 8,4 Mio. Euro im Vergleich zu einem durch den Börsengang geprägten positiven Cashflow des Vorjahres von 6,4 Mio. Euro. Er betrifft die Rückzahlung eines Darlehens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. von 4,5 Mio. Euro, eines langfristigen Darlehens eines Lieferanten von 2,6 Mio. Euro und von langfristigen Bank- und sonstigen Krediten von 1,3 Mio. Euro.

Der Finanzmittelbestand verminderte sich gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Mio. Euro auf 8,4 Mio. Euro.

## PERSONALBERICHT

### MITARBEITERZAHL KONSTANT GEBLIEBEN

1.106 Mitarbeiter waren in 2000 bei Loewe durchschnittlich beschäftigt. Das sind 19 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr.

Von diesen sind 1.077 Mitarbeiter in den Geschäftsbereichen Unterhaltungselektronik und Multimedia und 29 Mitarbeiter in der Telekommunikation tätig. Am Sitz der Gesellschaft in Kronach waren es 1.060 Mitarbeiter, im neuen Entwicklungs-Kompetenzzentrum in Hannover 6 Mitarbeiter. 40 Mitarbeiter sind für Loewe in ausländischen Tochtergesellschaften und ausländischen Standorten tätig. 104 Mitarbeiter befanden sich Ende 2000 in der Berufsausbildung.

### WENIGER MITARBEITER IN DER PRODUKTION, MEHR IN ENTWICKLUNG, MARKETING UND VERTRIEB

Der Anstieg der Mitarbeiter um 2 % gegenüber dem Vorjahr lag deutlich unter dem Wachstum des Geschäftsvolumens von 17 %, da sich die Rationalisierungseffekte der in 2000 neu eingesetzten Anlagen ausgewirkt haben. Bei einer Produktionsausweitung um 20 % wurden im direkten Produktionsprozess lediglich 9 % mehr Beschäftigte benötigt. Die Bereiche Entwicklung, Marketing und Vertrieb wurden hingegen überproportional verstärkt. Hintergrund ist die Ausweitung des Multimediaangebots und der Exportaktivitäten.

Loewe wächst in den internationalen Märkten und arbeitet in internationalen Partnerschaften. Deshalb wurde bei den neuen Mitarbeitern besonderer Wert auf internationale Kontaktfähigkeit gelegt.

Bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter wurden die neuen Instrumente des Internets eingesetzt. Loewe war in 2000 auch an den Kontaktbörsen von Universitäten präsent.



**Kommunikationselektroniker bei Loewe:  
Mit Know-how und Erfahrung**



### MEHR UMSATZ PRO MITARBEITER

Das Jahr 2000 war dadurch gekennzeichnet, dass trotz starken Wachstums des Geschäftsvolumens nicht wesentlich mehr Mitarbeiter beschäftigt wurden. Das führte zu einer kräftigen Erhöhung des Umsatzes je Mitarbeiter. Der Umsatz wuchs damit um 15 % auf 329 Tsd. Euro pro Kopf.

### FLEXIBILITÄT HILFT BEI ENGPÄSSEN

Materialengpässe haben vorwiegend das erste Halbjahr 2000 belastet. Sie konnten in der Produktion durch das bei Loewe bestehende Arbeitszeitmodell relativ gut bewältigt werden. Dieses wurde bereits vor Jahren mit dem Betriebsrat vereinbart, um die Arbeitszeiten in der Produktion dem saisonalen Verlauf des Absatzes anzupassen. So wird in den umsatzschwächeren Monaten von April bis August monatlich etwa 20 % weniger, dafür in den umsatzstarken Monaten September bis Dezember entsprechend mehr gearbeitet. Dadurch werden Zinskosten für hohe Vorräte im Sommer vermieden. Zugleich wird ein hohes Maß an Flexibilität erreicht, da die Bestände den Bedürfnissen des Marktes angepasst werden können.

### QUALIFIKATIONSSTRUKTUR VERBESSERT

Der Anstieg des Personals konzentrierte sich auf hoch qualifizierte technische und kaufmännische Mitarbeiter. Dadurch wurde die Qualifikationsstruktur gegenüber dem Vorjahr weiter angehoben. 15 % der Mitarbeiter verfügen über Hochschul- oder Fachhochschulabschluss, 57 % haben eine abgeschlossene Berufsausbildung, 9 % befinden sich in der Berufsausbildung und 19 % sind angeleitete Mitarbeiter.

### JUNGE LEUTE BEI LOEWE

Loewe Mitarbeiter wurden im Durchschnittsalter in 2000 jünger. Das liegt an dem hohen Zugang an vorwiegend jungen Mitarbeitern im vergangenen Jahr. Das durchschnittliche Alter sank von 38,2 Jahren in 1999 auf 37,7 Jahre.

### AUSBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER QUALIFIKATION DER MITARBEITER

#### BERUFSAUSBILDUNG BEI LOEWE

Loewe baut auf hoch motivierte und leistungsstarke Mitarbeiter. Sie bilden die Basis für den Unternehmenserfolg. Deshalb hat die Berufsausbildung bei Loewe einen hohen Stellenwert. Über 9 % der Mitarbeiter sind Aus-



**Zukunft mit Erfolg: Die Ausbildung zur Bürokauffrau bei Loewe**

zubildende, davon etwa 60 % im technischen und 40 % im kaufmännischen Bereich. Loewe ist in der Region für die Qualität der schulbegleitenden Ausbildungsmaßnahmen bekannt. Bei den Prüfungen erzielen über 50 % der Absolventen stets sehr gute und gute Leistungen.

#### **WEITERBILDUNG, ZIELSETZUNG UND MASSNAHMEN**

Loewe will international weiter wachsen, die Marke Loewe höher positionieren und den Geschäftsbereich Multimedia dynamisch weiterentwickeln. Das Loewe Fort- und Weiterbildungsprogramm trägt zum Erreichen dieser Ziele bei. Im Jahre 2000 standen der Aufbau der Kompetenz im Fremdsprachenbereich, die verstärkte Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien und eine auf Kooperation ausgerichtete Unternehmenskultur im Vordergrund. Das Programm spricht sowohl Führungskräfte als auch Mitarbeiter an. Daneben haben Führungskräfte und Mitarbeiter an einer Vielzahl von Seminaren mit fachspezifischen Themen teilgenommen.

#### **MITARBEITER MOTIVIEREN**

##### **MOTIVATION DURCH ZIELVEREINBARUNGEN**

Leistung muss sich lohnen. Deshalb gibt es bei Loewe eine Vielzahl von Leistungsanreizen. Dazu gehört eine Vergütungskomponente für Führungskräfte und Fachspezialisten aller Ebenen. Sie orientiert sich an der Realisierung strategischer Unternehmensziele und operativer Planungen. Mit diesen Zielvereinbarungen wird das unternehmerische Denken und Handeln der Mitarbeiter wirksam gefördert.

##### **BETRIEBLICHES VORSCHLAGSWESEN**

Das betriebliche Vorschlagswesen wird bei Loewe gut angenommen. In 2000 wurden insgesamt 230 Verbesserungsvorschläge eingereicht. Der aus der Umsetzung der Verbesserungsvorschläge entstandene Nutzen, gemessen an den Einsparungen im ersten Jahr, stieg gegenüber dem Vorjahr auf 0,2 Mio. Euro. Davon flossen 10 % als Prämie wieder an die erfolgreichen Teilnehmer zurück.

##### **ALTERSVERSORGUNG FÜR JÜNGERE MITARBEITER**

Loewe hat ein Altersversorgungsprogramm mit einem leistungsstarken Versicherer ausgearbeitet. Es dient der langfristigen Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen und wendet sich besonders an jüngere Mitarbeiter. Durch steuerlich wirksamen Gehaltsverzicht wird zusätzliches Kapital für die Altersversorgung angespart. Zugleich ist auch Schutz vor Berufsunfähigkeit möglich. Das angesparte Kapital wird in der Unterstützungskasse des Versicherers verwaltet. Im ersten Jahr wurde von dem Angebot bereits rege Gebrauch gemacht.



**Durch Hightech und professionelle Planung  
entstehen Erfolgsprodukte**

#### **TARIFLICHE ALTERSTEILZEIT EINGEFÜHRT**

Im November 2000 wurde die tarifliche Regelung zur Altersteilzeit durch eine entsprechende Betriebsvereinbarung mit dem Betriebsrat bei Loewe in die Praxis umgesetzt. Älteren Mitarbeitern soll damit ermöglicht werden, vorzeitig aus dem Berufsleben auszusteigen, um gleichzeitig jüngeren Mitarbeitern einen Arbeitsplatz zu bieten. Sechs Mitarbeiter haben bisher von diesem Angebot Gebrauch gemacht.

#### **MITARBEITERBETEILIGUNGSPROGRAMM**

Das mit dem Börsengang in 1999 begonnene Mitarbeiterbeteiligungsprogramm wurde in 2000 fortgesetzt. Mit diesem Programm soll die Identifikation der Mitarbeiter mit den Unternehmenszielen verstärkt werden. Jeder Mitarbeiter konnte steuerbegünstigt maximal zehn Aktien zum Preis von 18,00 Euro erwerben. Zur Wahrung des Steuervorteils darf über die Aktien erst nach 2005 verfügt werden. 61 % der berechtigten Mitarbeiter haben das Angebot genutzt und insgesamt 6.620 Aktien bezogen. Diese waren zuvor am Markt erworben worden.

#### **DANK AN DIE MITARBEITER**

Das Jahr 2000 hat in besonderem Maße Engagement, Können und Flexibilität der Mitarbeiter gefordert. Der Vorstand dankt allen Mitarbeitern und den Betriebsräten für ihren hohen persönlichen Einsatz für das Unternehmen.

## RISIKEN DER ZUKÜNFTIGEN ENTWICKLUNG

### AKTIVES RISIKOMANAGEMENT BEI LOEWE

Im Rahmen des wertorientierten Managements von Loewe unterstützt ein systematisches Risikomanagement die Aufdeckung und Optimierung von Risikopositionen sowie die Wahrnehmung von Chancen. Daher betrachtet der Vorstand der Loewe AG ein effizientes Risikomanagement als eine zentrale Führungsaufgabe und sieht hierin ein attraktives Potenzial, eine weitere Wertsteigerung der Gesellschaft zu realisieren. Das Risikomanagement von Loewe ist daher integraler Bestandteil der Organisationsstruktur und -abläufe bei der Loewe AG und den Konzerngesellschaften. Es hat zum Ziel, Risiken zu erkennen, unnötige Risiken zu vermeiden und nicht vermeidbare Risiken zu beherrschen.

Loewe beschreibt in regelmäßigem Abstand die bestehenden Chancen- und Risikofelder, untersucht die Instrumente zur Vermeidung und Beherrschung von Risiken und stellt sicher, dass Chancen transparent werden. Hierbei handelt es sich um einen kontinuierlichen Prozess, der aktuelle Informationen bei allen Konzerngesellschaften berücksichtigt. Chancen und Risiken mit strategischem oder operativem Charakter werden im Rahmen von periodischen Analysen aufgezeigt, diskutiert und bewertet. Sie ergänzen das bei Loewe bestehende Controllingsystem. Damit wird eine umfassende Kommunikation der Risiken in der Geschäftsführungs- und Managementebene aller Konzerngesellschaften ermöglicht. Zugleich wird sichergestellt, dass erforderliche Maßnahmen ergriffen und umgesetzt werden.

### RISIKOFELDER IDENTIFIZIERT

Das Risiko einer den Fortbestand von Loewe gefährdenden Entwicklung kann als sehr gering bezeichnet werden. Loewe hat eine solide Eigenkapitalbasis und Liquiditätssituation. Das Konzerneigenkapital entspricht über 30 % der Bilanzsumme; Loewe verfügt über ungenutzte Kreditlinien von über 25 Mio. Euro.

Die für 2001 erwarteten Veränderungen der volkswirtschaftlichen Rahmendaten in Europa werden voraussichtlich keine negativen Konsequenzen für Loewe haben. Weder von den Absatz- noch von den Beschaffungsmärkten sind Entwicklungen zu erwarten, die den Bestand des Unternehmens beeinträchtigen oder zu einer wesentlichen Verschlechterung der Ergebnislage des Unternehmens führen könnten.

Die wesentlichen Risikofelder umfassen das Marktrisiko, die Technologie- und Designposition, die Abhängigkeit von wichtigen Lieferanten und Mitarbeitern in Schlüsselpositionen sowie mögliche Produkthaftungs-, Zins- und Währungsrisiken. Grundlegende Veränderungen gegenüber dem Vorjahr haben sich im Geschäftsjahr 2000 nicht ergeben.

### ABSATZMÄRKTE AUSBAUEN, NEUE MÄRKTE ERSCHLIESSEN

Die weitere Entwicklung von Loewe hängt von der allgemeinen konjunkturellen Lage in den wichtigsten Absatzmärkten ab. Das starke internationale Wachstum von Loewe führte allerdings auch im Jahr 2000 zu einer weiter reduzierten Abhängigkeit von einzelnen regionalen Märkten. Der größte Absatzmarkt ist weiterhin Deutschland. Das überdurchschnittliche Wachstum in den wesentlichen europäischen Absatzmärkten und die Erschließung von jährlich ein bis zwei neuen Absatzländern wird auch zukünftig eine weitere regionale Risikostreuung ermöglichen.

Der Ausbau der Marktstellung im Ausland erfordert wegen abweichender technischer Normen Investitionen, welche sich zum Teil erst langfristig amortisieren lassen.

Darüber hinaus sind die Märkte für Unterhaltungselektronik, Multimedia und Telekommunikation durch einen starken Wettbewerb, insbesondere von international tätigen Unternehmen mit großer Kapitalstärke und erheblichen Kapazitäten in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Entwicklung und Produktion, geprägt. Loewe begegnet dieser Situation durch eine konsequente Ausrichtung auf das High-End-Segment und durch hohe Flexibilität.

#### RELEVANTE TECHNOLOGIEN BEHERRSCHEN

Die Produkte der drei Geschäftsbereiche von Loewe zeichnen sich durch eine innovative Technologie und durch anspruchsvolles Design aus. Um die technologisch führende Position, welche Loewe in allen drei Geschäftsbereichen einnimmt, auch künftig zu behaupten, ist es von entscheidender Bedeutung, das künftig technologisch Machbare zu erkennen, die Realisierungschancen der einzelnen Technologien unter Berücksichtigung der Stärke der Marktteilnehmer zu bewerten, Entwicklungsschwerpunkte zu definieren und umzusetzen sowie ggf. Kooperationspartner für die Umsetzung auszuwählen. Dabei konzentriert sich Loewe auf die Anwendungsentwicklung und führt Grundlagenentwicklungen lediglich in geringerem Umfang im Rahmen von Förderprojekten durch. Loewe verfügt über vielfältige Kontakte zu Know-how-Trägern in Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen sowie technologisch führenden industriellen Anbietern. Des Weiteren nimmt Loewe an Förderprojekten staatlicher Institutionen bei Zukunftstechnologien teil und kooperiert mit den wichtigsten Technologie-lieferanten und Herstellern von Produktionsanlagen. In 2000 konnten unter anderem Kooperationen mit Sharp im Bereich von LCD-Fernsehern und mit 3Com im Bereich der Kabelmodems vereinbart werden.

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass künftig insbesondere beim Pay-TV einzelne europäischen Märkte durch Anbieter von Inhalten mit monopolartiger Stellung beherrscht werden, welche die Marktchancen der technisch besten Lösung für den Endverbraucher stark behindern. Ähnliche Beeinflussungen von Marktentwicklungen könnten von regionalen Kabelgesellschaften ausgehen.

Im Geschäftsbereich Telekommunikation hat Loewe die Produkte bisher weitgehend durch Partner in Fernost entwickeln und fertigen lassen. In 2000 entstanden bei der Tochtergesellschaft Loewe Telecom GmbH Verzögerungen beim Produktionsbeginn neu entwickelter Produkte. Aus diesem Grunde ist es weiterhin das Ziel, einen Technologiepartner für multifunktionale Kommunikationsprodukte in Europa zu finden.

#### DURCH DESIGN DIFFERENZIEREN

Loewe Produkte zeichnen sich seit Jahrzehnten auch durch ihr Design aus. Hier besteht das Risiko, dass künftige Tendenzen und Strömungen sowie Präferenzen des Endverbrauchers in den unterschiedlichen Ländern nicht rechtzeitig erkannt und dem Endverbraucher keine überzeugenden Produkte angeboten werden. Darüber hinaus besteht das Risiko, dass auch Wettbewerber in größerem Maße als bisher designorientierte Produkte auf den Markt bringen. Loewe ergänzt deshalb seit langem die eigene Designkompetenz durch Kooperation mit herausragenden externen Designern und verfolgt eine klare Zielgruppenansprache. Damit soll in Kombination mit der innovativen Technologie und zuverlässigen Qualität die führende Position im Markt weiter behauptet werden.

#### BESCHAFFUNGSENGPÄSSE VERMEIDEN

Loewe ist beim Einkauf einiger Schlüsselbauteile wie z. B. bei Bildröhren und integrierten Schaltungen von Lieferanten abhängig, die teilweise Alleinstellungsmerkmale aufweisen. Mit einem dieser Lieferanten steht



Loewe im Wettbewerb. Im ersten Halbjahr 2000 kam es zu Engpässen in der Materialversorgung mit integrierten Schaltungen für Fernsehgeräte. Ab Ende des 4. Quartals 2000 ergaben sich Lieferverzögerungen bei Bildröhren, die voraussichtlich bis zur Jahresmitte 2001 andauern werden. Dadurch könnte das geplante Wachstum in 2001 beeinträchtigt werden und somit Absatzpotenziale ungenutzt bleiben.

#### **MITARBEITER IN SCHLÜSSELPOSITIONEN FÖRDERN**

Der wirtschaftliche Erfolg von Loewe hängt von den Mitarbeitern in Schlüsselpositionen ab. Die Bindung dieser Mitarbeiter wurde durch ein Aktienoptionsprogramm Loewe AG verstärkt. Darüber hinaus wurde die Nachfolgeplanung intensiviert.

#### **PRODUKTHAFTUNGSRIKEN BEGRENZEN**

Haftungsrisiken auf Grund fehlerhafter Produkte sollen durch ein lückenloses Qualitätssicherungssystem verhindert werden. Gleichzeitig erfolgt eine intensive Produktbeobachtung im Markt, um fehlerhafte Produkte frühzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen einzuleiten. Darüber hinaus hat Loewe in angemessenem Maße Versicherungen abgeschlossen, deren Umfang laufend überprüft und gegebenenfalls angepasst wird.

#### **WÄHRUNGS- UND ZINSRIKEN MANAGEN**

Trotz der internationalen Ausrichtung ist das unmittelbare Währungsrisiko von Loewe beschränkt. Der überwiegende Anteil der Auslandsumsätze wird im Euroraum getätigt. Die Fakturierung in außereuropäische Länder erfolgt fast ausschließlich in DM bzw. künftig in Euro. Fremdwährungsrisiken bestehen dagegen beim Einkauf von Produkten des Geschäftsbereichs Telekommunikation, die teilweise in US\$ abgerechnet werden. Solchen Risiken aus Fremdwährungsgeschäften sowie Risiken aus Zinsänderungen wird durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente begegnet. Das Management von Fremdwährungs- und Zinsrisiken erfolgt zentral bei der Loewe AG mit Vorgaben des Vorstandes bezüglich der Zuständigkeiten und des Umfangs der eingesetzten Sicherungsinstrumente.

#### **STIFTUNGSINITIATIVE BEIGETRETEN**

Die Tochtergesellschaft Loewe Opta GmbH hat im Zweiten Weltkrieg Zwangsarbeiter beschäftigt. In dieser Zeit stand diese Gesellschaft nach der Enteignung der jüdischen Eigentümer unter Zwangsverwaltung einer Bank des Deutschen Reiches und wurde erst 1949 dem rechtmäßigen Eigentümer rückübertragen. Daher sieht Loewe unmittelbare Schadensersatzansprüche früherer Zwangsarbeiter gegenüber der Gesellschaft als nicht berechtigt an. Loewe ist aus Gründen der Solidarität der Stiftungsinitiative der deutschen Wirtschaft im April 2000 beigetreten und hat zugleich einen wesentlichen Beitrag zum Stiftungsfonds geleistet.

Loewe führt zurzeit keine gerichtlichen Streitigkeiten, von denen ein wesentlicher negativer Effekt auf das Ergebnis der Gruppe ausgehen kann. Solche Risiken können für die Zukunft nicht völlig ausgeschlossen werden.

#### **RISIKOMANAGEMENT WEITERENTWICKELN**

Die weitere Verbesserung der Informationssicherheit und des Reportings bei Loewe ist Bestandteil der Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Der Vorstand der Loewe AG ist überzeugt, auf Grund der inzwischen erreichten starken Positionierung in den Märkten, der hohen Eigenkapitalquote und der guten Liquiditätsslage den Loewe Konzern für zukünftige Anforderungen bestens gerüstet zu haben.

## UMWELTMANAGEMENT

### ÖKO-AUDIT ALS UMWELTHÖHEPUNKT DES JAHRES

Bereits 1998 wurde bei Loewe ein strukturiertes Umweltmanagementsystem aufgebaut. Dieses Engagement führte zur Validierung nach der EG-Öko-Audit-Verordnung im Juni 2000. Loewe beteiligte sich auch am Umweltpakt Bayern. Der Umweltpakt ist eine Vereinbarung von Bayerischer Staatsregierung und Wirtschaft und hat das Ziel, kooperativen, auf Eigenverantwortung setzenden Umweltschutz zu etablieren.

### UMWELTERKLÄRUNG 2000

Die Umwelterklärung 2000 von Loewe beschreibt die Ziele und konkreten Maßnahmen, mit denen ein verbesserter Umweltschutz erreicht werden soll. Zum Beispiel konnte das Gewerbeabfallaufkommen – trotz eines Produktionsanstiegs – durch die ausgeweitete Sammlung wiederverwertbarer Abfälle um rund 16 % gesenkt werden.

### UMWELTPAKT BAYERN

Im Oktober 2000 unterzeichnete auch die Loewe AG den neuen Umweltpakt Bayern „Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert“. Damit verpflichtete sich Loewe, u.a. bis zum Jahr 2003 eine komplette Baugruppe in der Serienfertigung bleifrei zu löten. Im Jahr 2005 soll mindestens die Hälfte aller elektronischen Baugruppen der in Kronach produzierten Fernsehgeräte bleifrei gelötet sein. Außerdem wird Loewe bei Neubauten konsequent energiesparende Maßnahmen umsetzen.

### UMWELTSCHUTZ IM GANZEN HAUS

Für 2001 wurde ein neues Umweltprogramm verabschiedet. Mit den neu festgelegten Maßnahmen sollen die für die Umwelt schädlichen Auswirkungen von Produktion und Produkten weiter verringert werden.

Umweltschutz beginnt in den Köpfen. Deshalb werden auch in 2001 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch interne Schulungen zu einem umweltschützenden Verhalten angeleitet.

### INTERNATIONALE UMWELTMANAGEMENT-NORM ISO 14001

Im Rahmen der Rezertifizierung des Qualitätsmanagements nach der neuen, prozessorientierten ISO 9001 (Ausgabe 2000) soll im Mai 2001 das Loewe Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 zertifiziert werden. Auch wenn die EG-Öko-Audit-Verordnung teilweise strengere Maßstäbe anlegt, will sich Loewe als international agierendes Unternehmen die Erfüllung der internationalen Umweltmanagement-Norm ISO 14001 ebenfalls durch einen externen, unabhängigen Gutachter bestätigen lassen.

### TOP10 KAMPAGNE

Im Rahmen der vom Bundesforschungsministerium geförderten und vom Öko-Institut e.V. geleiteten Top10 Kampagne sollen für zehn stoffstromrelevante Produktbereiche technisch hochwertige, umweltfreundliche und schlanke Massenprodukte entwickelt, seriengefertigt und neuartig vermarktet werden. Loewe konzipiert zurzeit ein umweltfreundliches Top10-Fernsehgerät. Dessen Akzeptanz wird in einer Konsumforschung getestet. Bei positiver Bewertung sollen Produktentwicklung und -konstruktion eingeleitet werden. Darüber hinaus arbeitet Loewe auch 2001 in Forschungsprojekten an der weitergehenden Schadstoffvermeidung und -entfrachtung bei Fernsehgeräten.

## WESENTLICHE EREIGNISSE NACH GESCHÄFTSJAHRESENDE

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Schluss des Geschäftsjahres sind nicht eingetreten.

### AUSBLICK

#### GUTER START IN 2001

Loewe ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet: Umsatz und Ergebnis zeigen einen positiven Trend. Da sich aber die Dynamik des Gesamtmarktes in 2001 in diesem Umfang voraussichtlich nicht fortsetzen wird, ist davon auszugehen, dass sich das Marktwachstum für Fernseh- und Multimedia-Geräte nur moderat entwickelt.

#### AUF WACHSTUM PROGRAMMIERT

Loewe wird in 2001 weiter wachsen. Hierzu sollen die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia den wesentlichen Beitrag leisten. Das weiterhin dynamische Auslandswachstum wird eine deutliche Volumensteigerung bei den Absatz- und Produktionsmengen ermöglichen. Die Verkaufspreise der High-End-Produkte werden in 2001 weitestgehend konstant bleiben. Für 2001 wird ein leicht rückläufiges Einkaufspreisniveau erwartet. Gleichzeitig wird der Anteil hochwertiger Geräte gesteigert, um ein überproportionales EBIT-Wachstum zu schaffen. Hierzu werden neue Produkte beitragen, die auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin im August 2001 präsentiert werden.

#### POSITIVE BEITRÄGE VON DER TELEKOMMUNIKATION

Der Umsatz im Geschäftsbereich Telekommunikation soll im Jahr 2001 steigen, zumal die Verfügbarkeit der Geräte aus heutiger Sicht gesichert ist und neue Exportmärkte in Europa erschlossen werden sollen. Die höhere Positionierung der Geräte lässt im Jahr 2001 einen positiven EBIT-Beitrag erwarten.

#### PERSONALWACHSTUM UNTER GESCHÄFTSWACHSTUM

Auch im Jahr 2001 wird Loewe wieder neue Arbeitsplätze in Kronach schaffen. Die geplante Steigerung der Personalstärke um über 50 Personen betrifft zu rund 60 % den direkten Bereich und resultiert aus dem höheren Produktionsvolumen. Wesentliche Verstärkungen sind darüber hinaus im Entwicklungsbereich, insbesondere bei Softwareingenieuren und im Marketingbereich geplant. Insgesamt ist wie in 2000 von einer Steigerung des Personalaufwands auszugehen, die unter dem Geschäftswachstum liegt.

#### INVESTITIONSVOLUMEN IN 2001 WIEDER NORMALISIERT

Der deutliche Anstieg der Investitionsausgaben im Jahr 2000 war durch Sondereffekte wie die Einrichtung einer neuen Endeinbaulinie und überdurchschnittliche Werkzeuginvestitionen für neue Produkte gekennzeichnet. Daher wird für 2001 ein leichter Rückgang des Investitionsvolumens erwartet. Es wird jedoch wiederum über den Abschreibungen liegen. Wegen räumlicher Engpässe auf dem Gelände in Kronach werden bauliche Erweiterungsmaßnahmen für Produktions- und Verwaltungsgebäude erforderlich werden. Die Finanzierung soll, soweit zweckmäßig, über eine Leasinggesellschaft erfolgen.



### ERGEBNISABFÜHRUNGSVERTRAG MIT DER LOEWE OPTA GMBH

Die Loewe AG beabsichtigt, im Hinblick auf die geänderte steuerliche Gesetzgebung mit der Loewe Opta GmbH einen Ergebnisabführungsvertrag zu schließen.

### WACHSTUMSZIELE ERHÖHT

Das Geschäftsjahr 2000 hat nicht nur die eigenen, sondern auch die Erwartungen der Analysten übertroffen. Loewe hat sich deshalb entschlossen, die im Rahmen der Hauptversammlung 2000 präsentierten mittelfristigen jährlichen Wachstumsziele auf ein Umsatzwachstum von 8 bis 10 % und eine EBIT-Steigerung von über 15 % zu erhöhen. Das Ergebnis pro Aktie (EPS) soll damit jährlich um rund 20 % gesteigert werden. Darüber hinaus soll die Eigenkapitalrendite nach Steuern von 17 % in 2000 mittelfristig auf 22 % angehoben werden. Gleichzeitig planen wir, rund 50 % des Konzernjahresüberschusses als Dividende an die Aktionäre auszuschütten.

Die Erreichung der für das Jahr 2001 gesetzten Ziele wird wesentlich von der weiteren Markt- und Wettbewerbsentwicklung in Europa sowie von der Verfügbarkeit von Bauteilen abhängen. Die ersten Monate des Geschäftsjahres 2001 waren erfolgreich. Allerdings konnten nicht alle Umsatzpotenziale realisiert werden, da branchenweite Engpässe bei der Verfügbarkeit von Bildröhren bestehen. Es wird erwartet, dass sich die Lage zum 3. Quartal 2001 wieder normalisieren wird. Die Unternehmensführung ist zuversichtlich, gemeinsam mit den engagierten Mitarbeitern die finanziellen Wachstumsziele im Geschäftsjahr 2001 zu erreichen.

Kronach, im März 2001

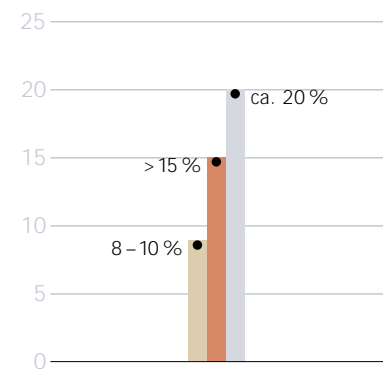
#### Der Vorstand

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

K. Deisler

G. Schaas



■ Umsatz  
■ EBIT  
■ Ergebnis pro Aktie

**Angestrebte Wachstumsrate  
ab dem Geschäftsjahr 2000**





Fernsehen, eine Dimension weiter. Loewe.

## PERFEKTION ERLEBEN.

Perfektion ist kein Status, sondern ein Motor. Er treibt uns ständig an, uns selbst zu übertreffen. Damit Bilder noch bildlicher werden, Klänge noch klangvoller und Gefühle noch fühlbarer. Wer nach Perfektion strebt, ist immer auf der Suche. Nach immer noch perfekteren Lösungen. So gesehen können wir mit Recht behaupten: Eigentlich sind wir nie ganz zufrieden. Und das ist gut so.



## PERFEKTION ERLEBEN.

- PERFEKTION IST DER SCHLÜSSEL ZUM KUNDEN
- LOEWE STEHT FÜR HÖCHSTE QUALITÄT UND PERFEKTION
- KUNDEN SIND VON DER PERFEKTION BEI LOEWE PRODUKTEN BEGEISTERT

Was Loewe zur Marke gemacht hat, ist sein Anspruch auf Perfektion. Wenn ein Kunde ein Loewe Gerät erwirbt, weiß er, dass er nicht enttäuscht wird. Der Perfektionsgedanke ist bei Loewe auf allen Ebenen zu Hause. Er steht für die Qualität der Produkte, für die Arbeitsweise und für die gesamte Unternehmensstrategie.

Perfektion steht bei Loewe im Mittelpunkt der Wertschöpfungskette. Auch wenn es heißt, dass niemand perfekt ist: Das Ziel Perfektion treibt zur Höchstleistung. Perfektion ist bei Loewe auf allen Ebenen oberste Richtschnur: vom Zulieferer über die Produktion bis zur Mitarbeiterführung.

Perfektion bei den Produkten heißt, den Kunden im Blick haben, ihm höchstmöglichen Komfort und schönsten Genuss zu bieten. Nichts darf dieses Gefühl beim Kunden nur im Geringsten beeinträchtigen. Bei allen Mängeln, die Kunden im Verlauf eines Tages widerfahren, soll er wissen: Loewe Produkte garantieren Qualität und sind perfekt.

Fernsehen, Musik hören und im Internet surfen wird mit Loewe zum Erlebnis. Alle Sinne werden angesprochen, der Kunde entwickelt ein Gefühl für Loewe Qualität. Die Marke Loewe wird für ihn zum Inbegriff der Perfektion.

Das Erlebnis Loewe beim Fernsehen kennt jeder Zuschauer: Bilder von höchster Brillanz und Töne von unverfälschter Klarheit erfüllen seine Erwartung. Dafür muss der Fernseher nicht einmal eingeschaltet sein. Ein Loewe Fernseher wird nicht versteckt, sondern ist Blickpunkt der Wohnung. Design und Form passen in die Gesamtkomposition der Einrichtung, gleich ob klassischer Stil, eine moderne Einrichtung oder Landhausstil.

Beispiel Spheros: Der große Bildschirm bei gleichzeitig geringer Bautiefe lässt Fernsehen wieder zum Erlebnis werden – das Programm ist da manchmal nebensächlich. Keine Science-Fiction: Der Spheros kann wie ein Bild an der Wand hängen und zieht damit in jedem Fall die Blicke auf sich. Digitale statt analoge Technik im Ergo faszinieren Auge und Ohr gleichermaßen. Perfekten Raumklang erhält er durch überlegene Dolby-Digital-Technik. LCD-Technologie beim Loewe FL 38 beweist Perfektion in der technischen Ausstattung. Qualität fürs Auge heißt bei jedem Loewe



**Der Träger des Bundespreises Produktdesign überzeugt durch herausragendes Design und höchste Perfektion: Loewe Spheros**

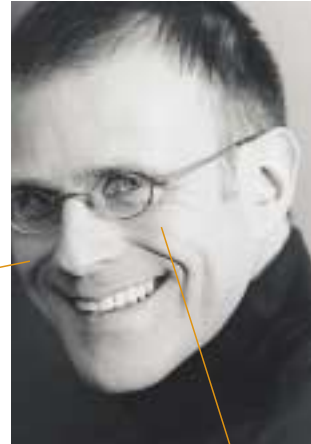
Fernsehgerät beeindruckende Technik und anspruchsvolles Design. So die Farbgestaltung: Geräte in Stratosmetallic fügen sich perfekt ins wohnliche Ambiente. Perfekt auch die Herstellung. Die Gehäuselackierung entsteht durch ein Mehrschichtverfahren, das ein hohes Maß an handwerklichem Geschick und Präzision voraussetzt.

Erstklassige Qualität bei DVD-Playern ist typisch für Loewe. Hier setzt zum Beispiel Auro neue Maßstäbe. Cineasten holen sich mit Auro den perfekten Kinogenuss ins Haus. Die Herausforderung für die Loewe Techniker war, ein Maximum an Leistung und Bedienkomfort zu erreichen, räumlich aber mit wenigen Bestandteilen auszukommen. Das Ergebnis kann sich sehen und hören lassen. Xemix ist ein Paradebeispiel für perfekte Technik und für den Systemgedanken bei Loewe: Fernsehgerät und aktive Lautsprecher passen perfekt. Natürlich sind alle Komponenten mit nur einer Fernbedienung zu steuern.

Wer fühlen will, muss hören. Deshalb schreibt sich die Geschichte der Perfektion bei Loewe Audioanlagen fort. Mit Legro eröffnen sich neue Hörhorizonte. Klangoptimierte Schaltkreise sorgen für ein unverfälschtes Hörerlebnis. Perfekte Ausstattung, vollendete Technik, hoher Bedienkomfort und ein klares Design zeichnen alle Legro-Modelle aus. Und das wissen Loewe Kunden zu schätzen. Auch die Aktiv-Lautsprecher erfüllen spezielle Kundenwünsche, wie zum Beispiel der L 82 HF, bei dem kein lästiges Lautsprecherkabel mehr benötigt wird. Innovative Materialien kamen bei den

passiven Zwei-Wege-High-End-Lautsprechern LS 67 und LS 86/85 zum Einsatz: Varicor hat extrem gute Akustikeigenschaften. Es ist viermal dichter als Holz und reduziert den Eigenklang des Lautsprechers auf ein absolutes Minimum. Mit einem Wort: perfekt. Ohne Perfektion geht es auch bei der Herstellung nicht, denn die Lautsprecher sind einzeln handverarbeitet.

Funktionalität und Qualität auch im Geschäftsbereich Telekommunikation. Jedes Loewe Telefon hat seine besonderen Stärken. Eines aber trifft für alle zu: Die Ansprüche der Kunden sind der einzige Maßstab – gleich ob die Schnurlostelefonanlage, das kompakte Zweitgerät oder der digitale Anrufbeantworter gewählt wird.



**Der Loewe Aconda:  
Vielfacher Testsieger mit  
15 % Marktanteil**

Dass alle Loewe Geräte perfekt zusammenpassen, ist Ergebnis des Systemgedankens. Ob Fernseher, Lautsprecher, Videorecorder oder DVD-Player – alle Komponenten sind auf Funktionalität untereinander und als Einzelteil angelegt. Augenfällig hierfür sind die Racks von Loewe. Beim CD-Rack für die Hi-Fi-Anlagen Legro 2 und Legro 4 spürt jeder Kunde beim Herausziehen des Schlittens die Qualität. Bis zu 68 CDs werden ihm hier übersichtlich präsentiert. Mehr Geräte heißt also nicht, dass es für den Kunden schwieriger wird. Vielmehr findet er sich mit jeder neuen Ausbau- oder Ergänzungsstufe sofort und intuitiv zurecht. Das ist so in der Welt von Loewe.

Der Wille zur Perfektion bedeutet auch, nicht stehen zu bleiben. Loewe versteht sich als Motor im Innovationsmarkt. So beim Thema Internet: Dem PC, mit dem auch ferngesehen werden kann, macht Loewe Konkurrenz mit einem Fernsehgerät, das internettauglich ist. Mit dem MediaPlus-Konzept sind Fernsehen, Surfen im Internet und eine e-Mail an die Freundin ohne große Umstände möglich. Plötzlich ist Internet ganz einfach. Freiheit beginnt im Wohnzimmer.

Qualität und Perfektion enden nicht, wenn ein Loewe Gerät die Produktionshallen verlassen hat. Vielmehr beginnt erst dann die eigentliche Herausforderung: die Bewährung beim Kunden. Denn Qualität ist ein anderes Wort für Begeisterung des Kunden. Und weil Kundenmanagement vom Dialog lebt, ist die Loewe Hotline immer gesprächs- und der Kundendienst immer einsatzbereit.

Keiner möchte daran denken, dass auch ein Loewe Gerät irgendwann einmal entsorgt werden muss. Doch wenn es soweit ist, sollten keine besonderen Schwierigkeiten auftreten. Loewe hat sich in seiner Umwelterklärung 2000 dem Umweltschutz verpflichtet. Dazu gehört geringer Stromverbrauch der Geräte, lange Lebensdauer und Wiederverwertbarkeit oder Entsorgungsmöglichkeit.

Null-Fehler-Strategie auch bei der Produktion: Kein Loewe Gerät, das nicht auf Herz und Nieren geprüft wurde, verlässt das Haus. Mit Hilfe von Teststandards werden die Ergebnisse dokumentiert. Diese betreffen zum Beispiel Strom-, Spannungs- und Temperaturmessungen an verschiede-

nen Bauteilen. So genannte kritische Bauteile werden einer besonderen Kontrolle unterzogen: Klimatests, Grenzwerttests, Netzstörsimulationen und Belastungstests sorgen dafür, dass die Techniker bei Loewe ein Problem lösen müssen und nicht die Kunden. Bei allen Loewe Produkten wird höchster Wert auf qualitätssichernde Maßnahmen gelegt: Sicherheit, Zuverlässigkeit, Funktionsfähigkeit, Funktionsumfang und Performance sind dafür die Parameter.

Qualität der Loewe Produkte beginnt beim Lieferanten. Kein Teil darf einen Fehler aufweisen. Deshalb bemüht sich Loewe um ein faires und partnerschaftliches Verhältnis zu seinen Lieferanten. So entsteht ein Bündnis im Dienste der Kunden. Geschulte Händler stehen dem Kunden vor und nach dem Kauf mit Rat und Tat zur Verfügung.

Die strengen Maßstäbe, die Loewe an seine Lieferanten und externen Dienstleister anlegt, gelten natürlich auch für den Konzern selbst. Extern wie intern gilt ein Qualitäts-Audit. Dadurch wird unabhängig und neutral festgestellt, ob alle aktuellen Tätigkeiten und Ergebnisse dem Ziel Perfektion gerecht werden. Wo Abweichungen und Mängel festgestellt sind, werden umgehend Optimierungsmaßnahmen eingeleitet. So gibt es zum Beispiel eine Liste zugelassener Lieferanten, die gemäß den Erkenntnissen aus externen Audits und Inspektionen permanent überprüft und aktualisiert wird.

Qualität und Perfektion ist die Richtschnur der 1.106 Mitarbeiter bei Loewe. Deshalb wird auch nichts unterlassen, um dieses hohe Niveau zu halten und auszubauen. So wird die internationale Marktfähigkeit durch Fremdsprachenkurse gestützt. Eine Vergütungskomponente bietet für Fach- und Führungskräfte einen besonderen Anreiz, in ihrem Streben nach Perfektion nicht nachzulassen. Der Ausbildung und Fortbildung der Mitarbeiter kommt größte Bedeutung zu, denn Ausbildungs- und Fortbildungsmaßnahmen heben das Qualitätsbewusstsein und verbessern das qualitätsorientierte Verhalten. Da dieses hohe Niveau in Billiglohnländern nicht gewährleistet werden kann und gerade die hoch qualifizierten Mitarbeiter den Wettbewerbsvorsprung sichern, kommt für Loewe eine Fertigung in diesen Ländern nicht in Betracht. Loewe ist von Kopf bis Fuß auf Perfektion ausgerichtet. Für die Qualität der Arbeit ist jeder im Unternehmen Loewe mit verantwortlich, unabhängig von Funktion und Hierarchie.

Die Unternehmensstrategie von Loewe ist genauso schlicht wie wirkungsvoll: Qualitätsmanagement in allen Bereichen sichert auf Dauer das bessere Produkt. Loewe setzt auf Kontinuität und nicht auf Schnellschüsse. Denn der Qualitätsgedanke ist zum elementaren Merkmal der Marke Loewe geworden. Loewe orientiert sich nicht an anonymen Massenmärkten, sondern am anspruchsvollen Premium-Segment. Gerade hier sind profitable Margen möglich und gerade hier ist Perfektion der Schlüssel zu den Herzen und Köpfen der Menschen. Loewe will erlebt werden.

**Fernsehen mit Format: Real-Flat-Bildröhre  
und Breitbildformat verleihen dem Vitros  
optische Größe**





LOEWE *systems*



Schönheit, die die Augen öffnet. Loewe.

### **ÄSTHETIK ERLEBEN.**

Ästhetik ist pures Wohlgefühl für das Auge. Es wandert über klare Linien, reine Formen, schöne Materialien, um Perfektion zu entdecken. Ästhetik macht aus einem Fernseher ein Kunstobjekt, das fasziniert. Wie der Loewe Spheros, ausgezeichnet mit dem Bundespreis Produktdesign 2000. Zum ersten Mal in der Geschichte wurde diese hohe Auszeichnung einem Fernseher zuteil. Darauf sind wir stolz. Wie auf viele, viele weitere Preise für herausragendes Design.



## ÄSTHETIK ERLEBEN.

- LOEWE DESIGN IST ZEITLOS
- DIE MARKE LOEWE WIRD ÜBER DIE FASZINATION TRANSPORTIERT
- TECHNIK UND FORM BILDEN EINE EINHEIT

Perfekte Loewe Produkte verlangen ein perfektes und anspruchsvolles Design. Die Ästhetik der Formen unterstreicht die technische Qualität. Jenseits von schnelllebigen Trends ist nur für Zeitloses Platz. Und diesen Platz hat Loewe eingenommen.

Loewe Produkte begeistern. Und das liegt nicht nur an der technischen Perfektion. Inhalt und Form bilden bei Loewe eine Einheit: Die äußere Gestaltung spiegelt die inneren Werte wider.

Beim Design setzt Loewe nicht auf den kurzlebigen Trend. Schnelle Effekte mit schrillen Ideen stehen für andere Unternehmen. Loewe arbeitet immer mit klaren, eindeutigen Formen, an deren Anblick sich die Kunden auch noch morgen und übermorgen erfreuen können.

Für Loewe ist es wesentlich, sein Design und seine Produkte am Kaufverhalten der Kunden auszurichten. Dabei hat es sich Loewe zum Prinzip gemacht, nicht passiv auf Trends zu reagieren, sondern über ein aktives Verhalten das Interesse der angesprochenen Kunden auf sich zu lenken.

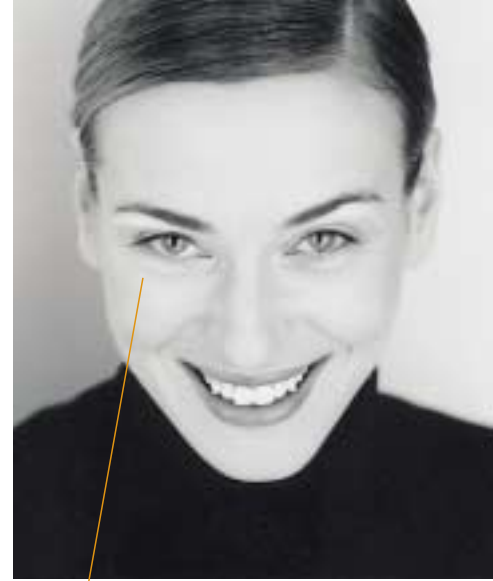
Deshalb wurde eine Marketing- und Designstrategie entwickelt, die sich an verschiedene Kundengruppen mit jeweils passenden Produkt- und Systemlösungen richtet. Gedacht wird hierfür ganzheitlich: Dazu gehört intern der Dreiklang von technischer Qualität, mechanischer Wertigkeit und hoher Ästhetik. Und extern ein Auftritt aus einem Guss, der sich kongruent zur Produktqualität verhält. Produkt und Marke werden so zur Deckung gebracht. Bei Loewe bilden Wort und Tat eine untrennbare Einheit.

Loewe Produkte haben den Anspruch, etwas Besonderes zu sein, und sprechen gleichzeitig einen großen Kreis von Käufern an. Dies erreicht die Loewe Marketing- und Designstrategie durch das Wecken von Begehr-

lichkeiten. Der Kunde muss überzeugt sein, dass ein Loewe Produkt grundsätzlich für ihn am besten ist. Es muss beim Kauf begeistern, im Gebrauch überzeugen und langfristig Sympathie schaffen.

Die emotionale Bindung an die Marke spielt – gerade in Zeiten der größeren Vergleichbarkeit von Produkten – eine wesentliche Rolle. Oft wirkt diese sogar gegen alle rationale Bewertungen und ist kaufentscheidend. Die Ausstrahlung, die vom Design ausgeht, festigt die emotionale Bindung des Kunden an das Produkt.

Emotionalität, die über Technik und Design transportiert wird, kommt gerade im Bereich TV eine Schlüsselfunktion zu. Dort ist zurzeit eine Art Generationenwechsel im Gange. Thema ist dabei die „Flachheit“. Auf der einen Seite versuchen Geräte, auf Basis der konventionellen Röhrentechnik mit Mitteln wie Real-Flat-Screen, verkürzten Bildröhren und



**Gewinner des Jahres 2000: Sowohl die außerordentliche Qualität als auch die ästhetische Erscheinung des Hi-Fi-Systems Legro 3 und des Spheros**



**Aconda 9381 ZW mit View Vision:  
Design folgt der Funktionalität**

deren gestalterischer Umsetzung den Eindruck von Flachheit zu erwecken. Auf der anderen Seite gibt es bereits Produkte mit LCD-Displays und Plasmatechnologie, die wirklich flach sind. Ebenso maßgeblich wie Flachheit bei Fernsehgeräten ist der Trend zur Miniaturisierung und Leichtigkeit, der bei Hi-Fi-Produkten auszumachen ist.

Emotionalität bedeutet bei Loewe, alle Sinne anzusprechen. Dass die Qualität ausgezeichnet ist – davon gehen viele Käufer aus. Jetzt kommt es darauf an, ihnen sinnliche Erlebnisse zu verschaffen.

Der Erfolg und die Sonderstellung von Loewe am Markt beruhen im Wesentlichen auf der Schaffung eines Loewe eigenen Gestaltungsmaßstabs. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er funktional und emotional zugleich ist, dass er auf das Wesentliche reduziert, dass alle Details berücksichtigt werden und dass er eigenständige Lösungen ermöglicht.

Loewe Produkte sind im Wohnumfeld immer ein „technischer Gegenstand“ und nicht als „integratives Möbelaccessoire“ zu sehen. Sie zielen auf das zeitgemäße globale und europäische Design. Rudimentäre Basis ist dabei das deutsche Design. Das Loewe Gestaltungsprinzip hat konsequent bei allen Produktfamilien bis zum Zubehör Geltung.

Klarheit im Design erfordert Klarheit bei den Gestaltungsparametern, deshalb wurden diese durch Attribute festgelegt. Dazu gehören: innovativ, eigenständig, trendbestimmend, zeitlos, selbsterklärend, logisch und emotional.

Der Charakter eines Produktes wird durch sein Design definiert. Deshalb kommen auch hier die Gestaltungsparameter zum Einsatz. Im Mittelpunkt steht immer, ein Vertrauensverhältnis zum Kunden aufzubauen. Er muss von der Zuverlässigkeit und Qualität der Loewe Produkte überzeugt sein: ausgewogene Proportionen, eine visuell leichte Gesamtanmutung, haptische Qualität und Funktionalität.

Der besondere Loewe Fokus liegt auch im Detail. Deshalb kommen erweiterte Parameter bei Gestaltung und Design in jedem Detail zum Einsatz. Da findet sich zum Beispiel die zielorientierte Farbgestaltung, gute Zugänglichkeit aller Faktoren, minimierte Bedienfunktionen am Gerät, eine integrative Kabelführung und Freiraum zur Unterbringung von Video- oder DVD-Geräten im Rack.



**Der Loewe Gestaltungsmaßstab:  
Funktional, emotional und auf das  
Wesentliche reduziert**



[www.loewe.de](http://www.loewe.de)



Location:  <http://www.loewe.de>

Die schönste Art zu surfen. Loewe.

## INNOVATION ERLEBEN.

Vor Jahrzehnten lernten die Bilder laufen. Heute können sie sprechen, handeln und hören auf Befehle. Und die Entwicklung geht weiter. Loewe ist mittendrin. Der Bereich Multimedia ist unser Spielfeld, Internet-Anwendungen und Digitalisierung unsere tägliche Herausforderung und interne Vernetzung eines unserer augenblicklichen Themen. Wir haben Visionen, um sie zu realisieren. Damit Sehen neue Dimensionen erreicht.



## INNOVATION ERLEBEN.

- LOEWE UND DAS ZDF PRÄSENTIEREN ZAP2WEB
- LOEWE ENTWICKELT MEDIAPLUS CHASSIS FÜR DEN INTERNETZUGANG VIA FERNSEHER
- KOMPETENZZENTRUM HANNOVER VERBINDET PRODUKTENTWICKLUNG UND SOFTWARE-KNOW-HOW

Fernseh Zukunft heute. Fernsehen, Internet und Multimedia wachsen immer mehr zusammen. Hier entsteht eine vollkommen neue Welt der Unterhaltung, Information und Kommunikation mit einem unglaublich breiten Leistungsspektrum. Intelligente Loewe Technik öffnet diese neue und faszinierende Welt und lässt dabei Visionen Wirklichkeit werden.

Die Welt ist zum Dorf geworden. Internet und neue Medien erlauben weltweite Kommunikation und umfassenden Informationsaustausch. Loewe sieht sich in diesem Umfeld besser denn je positioniert, um zum international führenden Multimedia-TV-Unternehmen zu werden.

So hat Loewe gemeinsam mit dem ZDF eine Internet-Kennung (zap2web) entwickelt, die eine direkte Verbindung von TV und Internet auf allen Loewe Multimedia-Fernsehern ermöglicht. Damit ist parallel zum laufenden Fernsehprogramm die passende Internetseite ansteuerbar. Die Zusammenarbeit mit dem ZDF und die internationale Ausrichtung des ganzen Konzerns zeigt sich auch auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung. Auf einem gemeinsamen Messestand von Loewe und ZDF werden der Öffentlichkeit die neuen Loewe Multimedia-Produkte vorgestellt. Im Mittelpunkt wird die dritte Generation der Multimedia-Fernseher stehen. Damit setzt Loewe seinen Weg zum internationalen Systemanbieter von Home Multimedia konsequent fort.

### PRODUKTENTWICKLUNGEN BEI MULTIMEDIA UND WEITERE SYSTEMINTEGRATION

In 2000 wurde das von Loewe entwickelte MediaPlus Chassis (modulare Multimedia-Plattform) im High-End-Bereich über die neuen Fernseherfamilien Aconda und Vitros hinaus auch in die bestehenden Linien Credo, Arcada, Planus und Ergo eingebaut. Die Entwicklung des DVB-Moduls für den Empfang von digitalen Fernsehsignalen via Satellit durch die MediaPlus-Geräteelektronik konnte im Frühjahr 2000 abgeschlossen werden. Die Software für das Online-Modul TVO-2 wurde zur Darstellung von Internetseiten auf dem Fernsehbildschirm an die neuen Anforderungen des Internets angepasst. So wurde beispielsweise die SSL-3-Verschlüsselung eingebaut, welche die gesicherte Übertragung von Inhalten, z.B. Home Banking gewährleistet. Darüber hinaus wurde der Anschluss kabelloser Funklautsprecher durch eine integrierte Lösung für Surroundlautsprecher und Kopfhörer optimiert.



**Der Fernseher als zentrales Element im perfekten Zusammenspiel von Stil und modernster Technik. Loewe inszeniert mit dem Plasma-TV Spheros die Zukunft des Wohnens.**



#### FORSCHUNGSPROJEKTE

Die operative Tochtergesellschaft der Loewe AG, die Loewe Opta GmbH, ist Partner zahlreicher regionaler, nationaler aber auch auf europäischer Basis ausgeschriebener Forschungsprojekte. Grundsätzlich dienen alle Forschungsprojekte dem Aufbau von Know-how für zukünftige Entwicklungsaufgaben. Im Jahr 2000 starteten drei wesentliche Forschungsprojekte.

Im Projekt SIPROS (Start 1999) wird eine neue Hard- und Software-Architektur für Multimedia-Geräte entwickelt. Zusätzlich werden die Grundlagen für ein leistungsfähiges, kostengünstiges Rückprojektionsverfahren für Großbildfernsehgeräte erarbeitet.

Im Projekt EMBASSI (Start 1999) werden im Verbund mit über 20 Partnern aus Forschung und Industrie neue Möglichkeiten in der multimodalen Gestaltung von Bedienoberflächen erforscht und prototypisch realisiert.

Das Projekt INHOMENET wird aus Mitteln der EU-Kommission gefördert. Hierbei geht es mit mehreren internationalen Partnern darum, die Möglichkeiten zur Vernetzung innerhalb des Hauses zu untersuchen. Grundlage hierbei ist der neue Standard zur Vernetzung von Geräten der Unterhaltungselektronik IEEE-1394-Bus.

Loewe ist Marktbereiter mit integrierten Home-Multimedia-Produkten. Die von Loewe entwickelte Geräteelektronik MediaPlus ist die Basis für das komplette High-End-Produktprogramm.

Das modulare Chassis MediaPlus erlaubt die Ausrüstung der Fernseher ab Werk mit dem Online-Modul zum einfachen Internetzugang oder auch dem DVB-Modul zum Empfang frei ausgestrahlter digitaler Fernsehprogramme. Entweder ab Werk integriert oder einfach durch den Fachhändler nachzurüsten.



**Mit Loewe ins Internet: Die Infrarot-Tastatur Control@Media ermöglicht das Schreiben von e-Mails über den Fernseher**



#### FERNSEHEN UND INTERNET

Mit der Bild-im-Bild-Funktion Full PiP eines Loewe MediaPlus Fernsehgerätes kann bequem im Internet gesurft werden und parallel im PiP-Fenster das gewünschte Fernsehprogramm weiterverfolgt werden. Die von Loewe entwickelte Fernbedienung Loewe Control ermöglicht auch den nicht Internet-Vorgebildeten das schnelle Hereinfinden in Navigation und Seitenaufbau. Denn Loewe Control ist Fernbedienung und Maussteuerung in einem. Die Infrarot-Tastatur Control@Media ermöglicht das Schreiben und Bearbeiten von e-Mails, Notizen, Briefen etc. bequem vom Fernsehsessel aus.

Den Einstieg in das Internet erleichtert der vielfach preisgekrönte Loewe Channel. Hier sind die interessantesten deutschsprachigen Internetadressen zusammengestellt. Aus vierzehn Rubriken kann per Mausklick das Beste ausgewählt werden. Es ist keine Eingabe von Internetadressen über die Tastatur erforderlich, denn mit der Fernbedienung können die entsprechenden Symbole auf dem Bildschirm angesprochen und aufgerufen werden. Verschiedene Loewe Fernseher sind bereits ab Werk mit einem VGA-Aufrüstsatz, dem Online-Modul und einer breitbandigen Bildrohrplatte ausgerüstet, z. B. Xelos@Media. Diese Fernseher verfügen neben der ISDN-Zugangsbuchse zusätzlich über zwei weitere Schnittstellen – eine serielle Schnittstelle zum Anschluss eines externen analogen Modems und eine TCK-Schnittstelle. Mit dieser Schnittstelle und einer so genannten TCMCIA-Karte ist der Anschluss an ein lokales Netz, an ein Kabelmodem oder XDSL-Modem für Fast Internet möglich. Zusätzlich wurde ein Chipkartenleser eingebaut, mit dem das Gerät für zukünftige Transaktionen mit der Chipkarte bereits bestens vorbereitet ist.

### DIGITALES FERNSEHEN

Digitales Fernsehen erschließt die Vielfalt über 130 bereits heute angebotener, frei empfangbarer Fernsehprogramme. Bild und Ton werden als digitale Daten dargestellt und übertragen. Daher können die Loewe Multimedia-Fernseher auch alle digitalen Radioprogramme mit einer Klangqualität, die fast CD-Niveau erreicht, übermitteln. Digitales Fernsehen beinhaltet neben einer Vielzahl von Fernsehprogrammen verschiedene elektronische Programmführer, so genannte EPGs (Electronic Program Guides). Diese präsentieren dem Zuschauer eine Fülle an Zusatzinformationen zum laufenden Programm und eine Übersicht über die folgenden Sendungen und Tage.

**Die Systemlösungen von Loewe sind neue Dimensionen von Hören und Sehen. Audio, Video und Hi-Fi, verbunden über die Infrarot-Fernbedienung.**



Verschiedene Programmanbieter strahlen neben dem digitalen Fernsehprogramm auch Dolby-Digital-Mehrkanalton aus, um den Fernsehzuschauer Spielfilme in Kinoatmosphäre erleben zu lassen. Loewe bietet hier neben den bereits mit optimalen Lautsprechern bestückten Fernsehern (40 Watt) auch mehrere so genannte Home-Cinema-Lösungen an, die die Kinoatmosphäre über bestes Bild, besten Klang und aufeinander abgestimmtes Design umsetzen. Ob Loewe Fernseher, DVD-Player oder die passende Audio-Anlage, alle sind mit einer Infrarot-Fernbedienung von Loewe einfach zu bedienen und kommunizieren untereinander.

### KOMPETENZZENTRUM IN HANNOVER

Eine von Loewe seit langem erkannte Tendenz in der Branche Unterhaltungselektronik ist die Abhängigkeit der Produktentwicklung von Software-Know-how. Im August 2000 wurde daher das Kompetenzzentrum Hannover gegründet. Dieses Kompetenzzentrum ist ein Bestandteil der Abteilung „Neue Techniken“. Hannover liegt im Einzugsbereich der technischen Fachabteilungen der Hochschulen Hannover, Braunschweig und Hildesheim.

Die Universität Braunschweig ist beispielsweise führend in der Erforschung des digitalen Fernsehens auf Basis des europäischen Standards DVB, die Hochschule in Hannover auf dem Gebiet der Bildkompression. Insgesamt gehörten zur Abteilung Neue Techniken am Jahresende 30 Mitarbeiter. Dabei handelt es sich überwiegend um Softwareentwickler und Ingenieure.

International erfolgreich auf Sendung. Loewe.

## INTERNATIONALE MÄRKTE.

Überall auf der Welt sind Augen da, um zu sehen. Überall auf der Welt sprechen sie eine einheitliche Sprache: die Bildsprache. Loewe beherrscht diese Sprache perfekt. Dabei sind wir international mit Erfolg auf Expansionskurs. Wir erobern neue Märkte und schließen strategisch wichtige Kooperationen. Das lässt uns weiter und weiter wachsen. Das Auge erkennt Ästhetik und Qualität an jedem Ort der Welt. In jedem Augenblick.





## INTERNATIONALE MÄRKTE.

- LOEWE IST IN ÜBER 30 LÄNDERN WELTWEIT PRÄSENT
- DER EXPORT-UMSATZ LIEGT BEI 42 %
- MIT MULTIMEDIA-FERNSEHERN BLEIBT LOEWE IN DER INTERNATIONALEN OFFENSIVE

Das Internet macht vor keiner Grenze Halt. Loewe auch nicht. Ein international agierender Konzern wie Loewe ist in vielen Märkten zu Hause und schöpft so die Innovationskraft, die es nur global gibt.

Internationalität ist ein wesentlicher Charakterzug bei Loewe. Kein Wunder – ist die Marke Loewe doch in über 30 Ländern der Welt präsent. Und es kommen noch weitere hinzu. So wurden mit einer der bedeutendsten Firmen in Indien Verträge über eine Zusammenarbeit geschlossen. Der Markteintritt erfolgt Anfang 2001. In Singapur wurde Anfang des Jahres der erste Flagshipstore eröffnet. Eine weitere Expansion im asiatischen Raum ist geplant.

Seit Jahren ist Loewe in Australien präsent. Ein Wachstum im vergangenen Jahr von 45 % spricht für den guten Ruf der Loewe Produkte. Ursache für den positiven Absatz waren die Olympischen Sommerspiele. Sportfans setzen eben auf Höchstleistung.

Auf den internationalen Märkten besteht noch genügend Potenzial, weitere Umsatzquellen zu erschließen und den Produktmix hin zu höherwertigen Geräten zu optimieren. Denn Loewe will im Geschäft mit den ausländischen Partnern perfekte High-End-Lösungen anbieten.



Der Xelos@Media wurde internationaler Anziehungspunkt

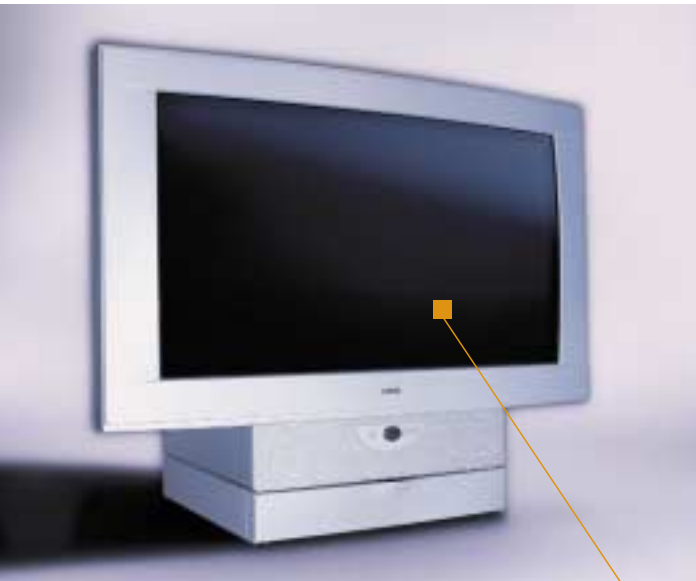


**Erfolg im Jahr 2000: Die Ausrichtung von Loewe auf dem internationalen Markt**

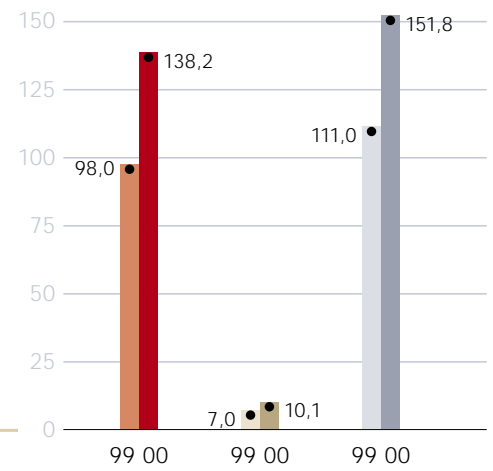
Auch in den europäischen Kernmärkten stehen die Zeichen auf Expansion. Durch konsequenten Ausbau der Distribution wurden hier Wachstumsraten über 30 % für Loewe verbucht. In den wichtigsten europäischen Kernländern ist Loewe im Segment Fernseher jeweils einer der fünf größten Anbieter am Markt. Um diese Positionen weiter zu stärken, wurde der Exportvertrieb kontinuierlich ausgebaut und auf eine noch breitere Basis gestellt.

Zur Erzielung noch grösserer Marktanteile in diesen Kernländern, wurden zum Beispiel hochwertige Shopsysteme eingerichtet. Damit einher geht eine Qualitätsoffensive. Denn der Kunde soll nicht nur zu Hause merken, dass es sich bei Loewe Produkten immer um perfekte Produkte handelt. Diese Perfektion gilt für Technik und Design. Dass das nicht nur Kunden so empfinden, zeigen über 100 Designerpreise, die Loewe in den letzten Jahren erhielt. Darunter zahlreiche auf internationalem Parkett.

- |                |                              |
|----------------|------------------------------|
| Australien     | Nordzypern                   |
| Benelux        | Norwegen                     |
| Dänemark       | Österreich                   |
| Estland        | Polen                        |
| Frankreich     | Portugal                     |
| Griechenland   | Saudi-Arabien                |
| Großbritannien | Schweden                     |
| GUS            | Schweiz                      |
| Hong Kong      | Singapur                     |
| Indien         | Slowenien                    |
| Israel         | Spanien                      |
| Italien        | Südafrika                    |
| Kuwait         | Tschechien                   |
| Lettland       | Türkei                       |
| Libanon        | Ungarn                       |
| Litauen        | USA                          |
| Malta          | Vereinigte Arabische Emirate |
| Marokko        | Zypern                       |



Die Partnerschaften im Entwicklungsbereich stärkten die internationale Zusammenarbeit



- Umsatz europäischer Kernmarkt
- Umsatz Australien
- Umsatz Ausland, Gesamt

**Umsatz Märkte international**





### Loewe Ländervertretungen

Loewe hat in den weiteren europäischen Wachstumsmärkten in Osteuropa in Polen, Ungarn und Tschechien die Vertriebsaktivitäten neu geordnet. Die Weichen, um am überproportionalen Wachstum in diesen Ländern teilzunehmen, sind also gestellt. Dass sich das Engagement auszahlt, hat sich jetzt in Russland gezeigt: Der Umsatz hat sich dort mehr als verdoppelt. Für dieses Jahr wird eine weitere Verdopplung erwartet.

Innovationen sind nur durch internationale Zusammenarbeit möglich. Deshalb geht Loewe im Entwicklungsbereich Partnerschaften mit europäischen Unternehmen, Hochschulen und Instituten ein, um künftige Technologieplattformen zu schaffen. Derzeitige Projektschwerpunkte sind die Entwicklung der Halbleiterarchitektur für Multimedia-Endgeräte, die Heimvernetzung, so genannte agentengestützte Bediensysteme für die einfache Handhabung komplexer elektronischer Geräte oder die elektronische Unterschrift bei Home Multimedia.

Ein Unternehmen, das am internationalen Markt mitspielt, wird von seinen Mitarbeitern getragen. Deshalb gilt in Kronach: Jeder Mitarbeiter ist auf der ganzen Welt zu Hause. Ob über das Internet, das Erlernen einer weiteren Fremdsprache oder Reisen. In den Köpfen beginnt der Unternehmenserfolg – auch der internationale.

Eine filmreife Leistung. Loewe.



Zahlen sind Informationen reiner Art. Am Ende eines Jahres informieren sie über den Erfolg eines Unternehmens – über unseren Erfolg. Weil wir auch Perfektionisten sind, reden wir gerne von einem soliden Ergebnis. Denn dahinter stehen optisch und technisch anspruchsvollste Produkte. Produkte, die kein Jahresende und keinen Jahresanfang kennen, weil sie für mehr bestimmt sind. Für Augen und Ohren, die mit allen Sinnen genießen wollen.



## INHALT

|  |     |
|--|-----|
| KONZERN-GEWINN- UND -VERLUSTRECHNUNG       | 83  |
| KONZERNBILANZ                              | 84  |
| KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG               | 85  |
| KONZERNANHANG DER LOEWE AG                 |     |
| GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES | 86  |
| BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE    | 88  |
| ANGABEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG    | 90  |
| ANGABEN ZUR BILANZ                         | 94  |
| SONSTIGE ANGABEN                           | 103 |
| KAPITALFLUSSRECHNUNG                       | 104 |
| SEGMENTBERICHTERSTATTUNG                   | 104 |
| ORGANE DER KONZERNMUTTERGESELLSCHAFT       | 106 |
| ORGANE UND MANDATE                         | 108 |
| KONZERNTSTAT                               | 110 |

## KONZERN-GEWINN- UND -VERLUSTRECHNUNG 2000

| Tsd. Euro   | Anhang Nr. | 2000           |                | 1999           |                |
|---|------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>Umsatzerlöse</b>   | 1          | <b>363.589</b> | <b>100,0 %</b> | <b>309.525</b> | <b>100,0 %</b> |
| Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen | 2          | - 269.332      | - 74,1 %       | - 231.500      | - 74,8 %       |
| <b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>  |            | <b>94.257</b>  | <b>25,9 %</b>  | <b>78.025</b>  | <b>25,2 %</b>  |
| Vertriebskosten   | 3          | - 63.525       | - 17,5 %       | - 52.322       | - 16,9 %       |
| Allgemeine Verwaltungskosten  | 4          | - 10.663       | - 2,9 %        | - 9.530        | - 3,1 %        |
| Sonstige betriebliche Erträge   | 5          | 9.899          | 2,7 %          | 7.793          | 2,5 %          |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen  | 6          | - 8.344        | - 2,3 %        | - 6.403        | - 2,0 %        |
| Erträge aus Beteiligungen   |            | 258            | 0,1 %          | 389            | 0,1 %          |
| <b>EBIT</b>   |            | <b>21.882</b>  | <b>6,0 %</b>   | <b>17.952</b>  | <b>5,8 %</b>   |
| Zinsen und ähnliche Erträge   |            | 931            | 0,3 %          | 383            | 0,1 %          |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen  | 7          | - 2.015        | - 0,6 %        | - 3.500        | - 1,1 %        |
| <b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>                         |            | <b>20.798</b>  | <b>5,7 %</b>   | <b>14.835</b>  | <b>4,8 %</b>   |
| Außerordentliche Aufwendungen   |            | 0              | 0,0 %          | - 4.776        | - 1,6 %        |
| <b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>   |            | <b>20.798</b>  | <b>5,7 %</b>   | <b>10.059</b>  | <b>3,2 %</b>   |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag  | 8          | - 8.481        | - 2,3 %        | - 4.709        | - 1,5 %        |
| <b>Konzernjahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter</b>                 |            | <b>12.317</b>  | <b>3,4 %</b>   | <b>5.350</b>   | <b>1,7 %</b>   |
| Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis                                |            | - 279          | - 0,1 %        | - 46           | 0,0 %          |
| <b>Konzernjahresüberschuss nach Ergebnisanteilen Dritter</b>                |            | <b>12.038</b>  | <b>3,3 %</b>   | <b>5.304</b>   | <b>1,7 %</b>   |
| Gewinnvortrag   |            | 6.789          |                | 1.485          |                |
| Einstellung in andere Gewinnrücklagen                                       |            | - 2.500        |                | 0              |                |
| <b>KONZERNBILANZGEWINN</b>  |            | <b>16.327</b>  |                | <b>6.789</b>   |                |

## KONZERNBILANZ 2000

| Tsd. Euro   | Anhang Nr. | 2000           | 1999           |
|---|------------|----------------|----------------|
| <b>AKTIVA</b>   |            |                |                |
| <b>Anlagevermögen</b>                                     | 9          |                |                |
| Immaterielle Vermögensgegenstände                         |            | 9.008          | 8.302          |
| Sachanlagen   |            | 49.666         | 45.473         |
| Finanzanlagen   |            | 338            | 178            |
| <b>Anlagevermögen Gesamt</b>                              |            | <b>59.012</b>  | <b>53.953</b>  |
| <b>Umlaufvermögen</b>                                     |            |                |                |
| Vorräte   | 10         | 44.438         | 32.316         |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                | 11         | 84.102         | 74.557         |
| Andere kurzfristige Forderungen                           | 12         | 6.324          | 5.939          |
| Latente Steuerforderungen                                 | 13         | 979            | 1.785          |
| Liquide Mittel  |            | 10.277         | 9.089          |
| <b>Umlaufvermögen Gesamt</b>                              |            | <b>146.120</b> | <b>123.686</b> |
| <b>SUMME AKTIVA</b>                                       |            | <b>205.132</b> | <b>177.639</b> |
| <b>PASSIVA</b>  |            |                |                |
| <b>Eigenkapital</b>                                       | 14         |                |                |
| Gezeichnetes Kapital                                      |            | 7.075          | 7.075          |
| Kapitalrücklage   |            | 43.631         | 43.631         |
| Gewinnrücklage  |            | 2.500          | 0              |
| Bilanzgewinn  |            | 16.327         | 6.789          |
| <b>Eigenkapital Gesamt</b>                                |            | <b>69.533</b>  | <b>57.495</b>  |
| <b>Anteile in Fremdbesitz</b>                             | 15         | <b>642</b>     | <b>295</b>     |
| <b>Rückstellungen</b>                                     |            |                |                |
| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 16         | 27.031         | 25.819         |
| Steuerrückstellungen                                      | 17         | 4.565          | 6.013          |
| Sonstige Rückstellungen                                   | 18         | 43.019         | 37.789         |
| <b>Rückstellungen Gesamt</b>                              |            | <b>74.615</b>  | <b>69.621</b>  |
| <b>Verbindlichkeiten</b>                                  | 19         |                |                |
| Langfristige Schulden                                     |            | 5.417          | 6.768          |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen          |            | 39.787         | 24.831         |
| Andere kurzfristige Verbindlichkeiten                     |            | 15.138         | 18.629         |
| <b>Verbindlichkeiten Gesamt</b>                           |            | <b>60.342</b>  | <b>50.228</b>  |
| <b>SUMME PASSIVA</b>                                      |            | <b>205.132</b> | <b>177.639</b> |

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG 2000

| Tsd. Euro   | 2000            | 1999            |
|---|-----------------|-----------------|
| <b>Laufende Geschäftstätigkeit</b>  |                 |                 |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zuzüglich/abzüglich                    | 20.798          | 14.834          |
| Abschreibungen auf Anlagevermögen   | 18.505          | 16.243          |
| Buchgewinne aus Anlagenverkäufen  | - 213           | - 63            |
| Zunahme der Pensionsrückstellungen  | 1.212           | 339             |
| Außerordentliche Aufwendungen   | 0               | - 430           |
| Ertragsteuerzahlungen   | - 7.907         | - 358           |
| <b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>                                    | <b>32.395</b>   | <b>30.565</b>   |
| Zunahme/Abnahme der Vorräte   | - 12.122        | 3.239           |
| Zunahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva                                 | - 10.465        | - 11.400        |
| Zunahme der sonstigen Rückstellungen  | 5.230           | 3.410           |
| Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva                         | 16.065          | 2.550           |
| <b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>                                    | <b>31.103</b>   | <b>28.364</b>   |
| <b>Investitionstätigkeit</b>  |                 |                 |
| Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen | - 23.491        | - 18.441        |
| Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen                                     | - 216           | - 13            |
| Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen   | 168             | 401             |
| Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen   | 192             | 102             |
| <b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>   | <b>- 23.347</b> | <b>- 17.951</b> |
| <b>Finanzierungstätigkeit</b>   |                 |                 |
| Zunahme/Abnahme des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter            | 67              | - 1.110         |
| Kapitalerhöhungen   | 0               | 36.901          |
| Aufwendungen für den Börsengang   | 0               | - 4.346         |
| Tilgung von Krediten  | - 8.491         | - 24.754        |
| Zuwendungen an die Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.                              | 0               | - 332           |
| <b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>  | <b>- 8.424</b>  | <b>6.359</b>    |
| <b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes</b>                       | <b>- 668</b>    | <b>16.772</b>   |

### Zusammensetzung des Finanzmittelbestandes:

| Tsd. Euro                  | 31. 12. 2000 | 31. 12. 1999 | Veränderung  |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Liquide Mittel             | 10.277       | 9.089        | 1.188        |
| Kurzfristige Bankschulden  | - 1.858      | - 2          | - 1.856      |
| <b>Finanzmittelbestand</b> | <b>8.419</b> | <b>9.087</b> | <b>- 668</b> |

## KONZERNANHANG DER LOEWE AG

### GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES

Der Konzernabschluss der Loewe AG und ihrer Tochtergesellschaften ist auf Basis der International Accounting Standards (IAS) aufgestellt worden. Gegenüber dem Vorjahr blieben die angewandten Rechnungslegungsgrundsätze unverändert.

Auf die Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschem Handelsrecht wurde verzichtet. Da die Voraussetzungen des § 292a HGB erfüllt sind, hat der Konzernabschluss nach IAS befreiende Wirkung. Die Umstellung auf Euro als Hauswährung erfolgte in 2000. Die in DM lautenden Vorjahreszahlen sind entsprechend angepasst worden.

#### KONSOLIDIERUNGSPRINZIPIEN

Ansatz und Bewertung der in den Konzernabschluss übernommenen Vermögensgegenstände und Schulden erfolgen nach einheitlichen Methoden wie im Vorjahr. Alle konzerninternen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie gegenseitige Umsätze und Leistungen, Erträge und Aufwendungen sowie Zwischengewinne wurden eliminiert.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Neubewertungsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden Eigenkapital zum Erwerbszeitpunkt.

Der vorliegende Konzernabschluss enthält nachstehend aufgeführte, vom deutschen Handels- und Aktienrecht abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die nach IAS zwingend vorgeschrieben sind:

1. Bilanzierung selbst erstellter immaterieller Vermögensgegenstände des Anlagevermögens (Entwicklungskosten) gemäß IAS 38.
2. Berücksichtigung von latenten Steuern nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode gemäß IAS 12.
3. Aktivierung des Vermögensgegenstandes und Passivierung der Restverbindlichkeit bei Finanzierungs-Leasingverträgen gemäß IAS 17.
4. Bewertung der Pensionsrückstellungen nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) gemäß IAS 19.
5. Bewertung der Rückstellungen für Jubiläums- und Sterbegelder nach den von den „Financial Accounting Standards Boards“ erarbeiteten Rechnungslegungsvorschriften (FAS '87, Financial Accounting Standards Nr. 87) nach der sog. „Projected Unit Credit Method“.
6. Herausnahme der Rückstellung für unterlassene Instandhaltung gemäß IAS 37.

### KONSOLIDIERUNGSKREIS

In den Konzernabschluss sind folgende Unternehmen mit einheitlichem Bilanzstichtag zum 31.12. 2000 einbezogen:

|   | Gezeichnetes<br>Kapital                 | Beteili-<br>gungshöhe |
|---|---|-----------------------|
| <b>Mutterunternehmen</b>  |   |                       |
| <b>Loewe AG, Kronach</b>  | EUR 7.075.000,00                        |                       |
| <b>Tochterunternehmen</b>   |   |                       |
| <b>Teilkonzern Loewe Opta GmbH,<br/>Kronach</b>   |   |                       |
| Loewe Opta GmbH, Kronach  | DM 45.000.000,00<br>(EUR 23.008.134,65) | 99 %                  |
| Tochterunternehmen der<br>Loewe Opta GmbH:  |   |                       |
| a) BAK Vermögensverwaltungs<br>GmbH, Hannover   | DM 50.000,00<br>(EUR 25.564,59)         | 100 %                 |
| b) Loewe Opta Benelux N.V./S.A.,<br>Antwerpen/Belgien<br>Tochtergesellschaft der<br>Loewe Opta Benelux N.V./S.A.: | BEF 2.500.000,00<br>(EUR 61.973,50)     | 90 %                  |
| Loewe Opta Nederland B.V.,<br>Nieuwegein/Niederlande  | HFL 200.000,00<br>(EUR 90.756,04)       | 100 %                 |
| c) Loewe Pensionsgesellschaft<br>mbH, Kronach   | EUR 30.000,00                           | 100 %                 |

Im Geschäftsjahr 2000 wurden 10 % des gezeichneten Kapitals der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. an ein Mitglied des Vorstands dieser Gesellschaft zur Förderung der Bindung an Loewe verkauft.

Die in 2000 erworbene Loewe Pensionsgesellschaft mbH dient der Verwaltung von Vermögen und Rentenverpflichtungen von ehemaligen Mitarbeitern der Loewe Opta GmbH.

#### **Teilkonzern Loewe Telecom GmbH, Kronach**

|                    |       |
|--------------------|-------|
| DM 3.000.000,00    | 100 % |
| (EUR 1.533.875,64) |       |

Die zum 31. Dezember 1999 entkonsolidierte Loewe Telecom (HK) Ltd., Hong Kong, wurde in 2000 liquidiert und im Handelsregister zwischenzeitlich gelöscht.

Die Loewe Binatone France S.A.R.L. in Liquidation wurde zum 31. Dezember 2000 entkonsolidiert. Aus der Abwicklung ergeben sich Erträge in Höhe von 31 Tsd. Euro die unter den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst sind. Die Gesellschaft wurde in 2000 aufgelöst und Anfang 2001 im Handelsregister gelöscht.

### WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Alle konsolidierten Unternehmen gehören der Eurozone an. Die Währungsumrechnung erfolgte in der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung zu den seit 1. Januar 1999 feststehenden Wechselkursen.

|             |           |         |
|-------------|-----------|---------|
| Belgien     | (100 BEF) | 2,47894 |
| Frankreich  | (100 FRF) | 15,2449 |
| Niederlande | (100 NLG) | 45,3780 |

## BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die nachstehenden Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze bleiben gegenüber den im Vorjahr angewandten unverändert. Die Gliederung des Konzernabschlusses steht im Einklang mit den EG-Bilanzrichtlinien und entspricht der der Vorjahre.

### IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Software und ähnliche Vermögensgegenstände sind zu den Anschaffungskosten aktiviert und werden jeweils linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Die Entwicklungskosten des Konzerns, die nach dem Handelsrecht nicht aktivierungsfähig sind, wurden gemäß den Vorschriften in IAS 38 aktiviert, soweit sie die dort genannten Voraussetzungen erfüllen. Die Aktivierung erfolgte zu den angefallenen Kosten.

Die planmäßigen Abschreibungen werden linear verrechnet und entsprechen dem Zeitraum, in dem die entwickelten Produkte voraussichtlich verkauft werden können. Es werden folgende Abschreibungssätze angewandt:

|                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| Software           | 14 % bis 66 %       |
| Entwicklungskosten | 33 % bis 50 % p. a. |

### SACHANLAGEN

Die Sachanlagen sind nach der Nettomethode dargestellt.

Bei der Erstkonsolidierung auf den 31. 12. 1997 wurden auf Grund eines Bewertungsgutachtens ermittelte stille Reserven bei Grundstücken und Gebäuden aufgedeckt und aktiviert. Stille Reserven in anderen Positionen des langfristigen Sachanlagevermögens lagen nicht vor. Technische Anlagen und Maschinen sowie andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sind grundsätzlich zu Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Abschreibungen angesetzt. Anlässlich des Erwerbs der restlichen Geschäftsanteile der Loewe Telecom GmbH im Vorjahr wurden stille Reserven in abgeschrieben, aber noch genutzten Werkzeugen aufgedeckt und bis zum Jahresende in voller Höhe amortisiert. Leasinggegenstände werden gemäß den Vorschriften in IAS 17 aktiviert, soweit es sich um Finanzierungsleasing handelt.

Die Zugänge des Geschäftsjahres werden zu den Anschaffungskosten bilanziert.

Die Gebäude werden über die erwartete Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Technische Anlagen, Maschinen, andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie aktivierte Leasinggegenstände werden entsprechend der wirtschaftlichen Nutzung teilweise linear und teilweise degressiv abgeschrieben. Aus Vereinfachungsgründen werden auf die Zugänge des ersten Halbjahres die volle, des zweiten Halbjahres die halbe Jahresabschreibung verrechnet. Anlagegüter mit Einzelanschaffungskosten unter DM 800 wurden sofort in voller Höhe abgeschrieben. Es werden folgende Abschreibungssätze verrechnet:

|  |                    |
|--|--------------------|
| Gebäude  | 2,5 % bis 7 %      |
| Technische Anlagen und Maschinen                   | 7 % bis 20 %       |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 8 % bis 33 %       |
| Aktivierte Leasinggegenstände                      | 20 % bis 25 % p.a. |

### FINANZANLAGEN

Die Beteiligungen sind zu Anschaffungskosten aktiviert. Die sonstigen Ausleihungen sind, soweit sie verzinslich sind, mit den um die Tilgungen verminderten Anschaffungskosten angesetzt.

### VORRÄTE

Die Vorräte sind zu den Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten ausgewiesen. In den Herstellungskosten sind neben Material- und Lohnkosten mit der Herstellung verbundene Gemeinkosten berücksichtigt. Für ungängige Vorräte oder solche, bei denen die voraussichtlichen Veräußerungspreise nach Abzug der Veräußerungskosten die Anschaffungs- oder Herstellungskosten nicht decken, wurden entsprechende Abwertungen vorgenommen.

### FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zu den Nominalwerten unter Abzug individueller Wertberichtigungen ausgewiesen. Für Skonto wurde ein Abschlag von 2 % auf die Nettoforderungen (ohne Umsatzsteuer) vorgenommen, der dem durchschnittlichen Skontoabzug im Verhältnis zum Umsatz entspricht.

### ANDERE KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zu Nominalwerten unter Abzug von individuellen Wertberichtigungen bilanziert. Die vorausgezahlten Kosten stellen Ausgaben dar, die Aufwand für einen bestimmten Zeitraum nach dem Bilanzstichtag betreffen.

### LATENTE STEUERFORDERUNGEN

Die latenten Steuerforderungen sind entsprechend den Vorschriften in IAS 12 auf der Basis der bilanziellen Unterschiede zwischen Konzernbilanz und Steuerbilanzen gebildet. Diese Unterschiede betreffen sowohl die Abweichungen zwischen den Handels- und Steuerbilanzen der in den Konzern einbezogenen Gesellschaften als auch aus der Konsolidierung nach IAS sich ergebende Abweichungen. Der bisher angewendete Steuersatz von 40 % wurde auf Grund der geänderten Steuergesetze auf 37,5 % reduziert. Latente Steuern aus Verlustvorträgen werden bilanziert, soweit die steuerlichen Verlustvorträge kurzfristig realisierbar erscheinen. Steuererhöhungen, die im Fall einer Gewinnausschüttung von bisher nicht mit Körperschaftsteuer belastetem Eigenkapital entstehen würden, werden von den latenten Steuerforderungen nicht in Abzug gebracht, da aus Gründen der Steeroptimierung nicht geplant ist, derartige Gewinnausschüttungen vorzunehmen.

### LIQUIDE MITTEL

Wertpapiere des Umlaufvermögens sind mit den Anschaffungskosten, Schecks, Kassenbestand und Bankguthaben zum Nennwert bilanziert.

### RÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen sind entsprechend IAS 19 (revised 1998) berechnet worden. Bei der angesetzten Pensionsrückstellung wird der Wert des Vermögens der Loewe Opta Unterstützungskasse e. V. in Abzug gebracht.

Die Steuerrückstellungen enthalten die voraussichtlich zu zahlenden Steuern. Sonstige Rückstellungen werden gebildet, soweit konkrete Verpflichtungen bestehen. Die Höhe der Rückstellungen wird mit den wahrscheinlich eintretenden Beträgen angesetzt.

### LANGFRISTIGE SCHULDEN

Bankdarlehen und andere Verbindlichkeiten sind mit den Rückzahlungsbeträgen angesetzt.

### KURZFRISTIGE SCHULDEN

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten sind mit den Rückzahlungsbeträgen bilanziert.

## ANGABEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Es wird das Umsatzkostenverfahren angewandt. Abweichend vom Vorjahr sind die Zinsen aus Pensionsrückstellungen nicht den Personalkosten in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten zugeordnet, sondern als Zinsaufwand ausgewiesen. Der Ausweis des Vorjahres wurde entsprechend angepasst.

### 1. UMSATZERLÖSE

Die Umsatzerlöse sind Nettoumsätze aus dem Verkauf von eigenen Erzeugnissen, Handelswaren und damit verbundener Dienstleistungen nach Abzug aller Erlösschmälerungen.

Auf die einzelnen Geschäfts- und Produktbereiche entfallen:

|                                    | 2000           |              | 1999           |              |
|------------------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|                                    | Tsd. Euro      | %            | Tsd. Euro      | %            |
| Fernsehen                          | 238.099        | 65,5         | 233.060        | 75,3         |
| Multimedia                         | 50.868         | 14,0         | 5.782          | 1,9          |
| <hr/>                              |                |              |                |              |
| Fernsehen einschließlich           |                |              |                |              |
| Multimedia                         | 288.967        | 79,5         | 238.842        | 77,2         |
| DVD-Player                         | 5.961          | 1,6          | 3              | 0,0          |
| Videorecorder                      | 14.529         | 4,0          | 19.174         | 6,2          |
| Hi-Fi                              | 3.870          | 1,1          | 2.201          | 0,7          |
| Zubehör                            |                |              |                |              |
| Fernsehen, Hi-Fi                   | 26.324         | 7,2          | 24.054         | 7,8          |
| <b>Geschäftsbereich</b>            |                |              |                |              |
| <b>Unterhaltungselektronik und</b> |                |              |                |              |
| <b>Multimedia Gesamt</b>           | <b>339.651</b> | <b>93,4</b>  | <b>284.274</b> | <b>91,9</b>  |
| Schnurlose Telefone                | 17.312         | 4,8          | 14.210         | 4,6          |
| Anrufbeantworter                   | 5.329          | 1,5          | 5.403          | 1,7          |
| Andere Telefone und Zubehör        | 1.297          | 0,3          | 5.638          | 1,8          |
| <b>Geschäftsbereich</b>            |                |              |                |              |
| <b>Telekommunikation</b>           |                |              |                |              |
| <b>Gesamt</b>                      | <b>23.938</b>  | <b>6,6</b>   | <b>25.251</b>  | <b>8,1</b>   |
| <hr/>                              |                |              |                |              |
| <b>Umsatzerlöse</b>                |                |              |                |              |
| <b>Gesamt</b>                      | <b>363.589</b> | <b>100,0</b> | <b>309.525</b> | <b>100,0</b> |

Die Umsatzerlöse in den Regionen betragen:

|                            | 2000           |              | 1999           |              |
|----------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|                            | Tsd. Euro      | %            | Tsd. Euro      | %            |
| Deutschland                | 211.768        | 58,3         | 198.486        | 64,2         |
| Europa ohne<br>Deutschland | 138.253        | 38,0         | 98.250         | 31,7         |
| Restliche Welt             | 13.568         | 3,7          | 12.789         | 4,1          |
| <b>Umsatzerlöse</b>        |                |              |                |              |
| <b>Gesamt</b>              | <b>363.589</b> | <b>100,0</b> | <b>309.525</b> | <b>100,0</b> |

## 2. HERSTELLUNGSKOSTEN

Die Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen umfassen die Materialkosten für die Herstellung eigener Erzeugnisse und die Einstandskosten für die bezogenen Handelswaren sowie die für die Erzielung des Umsatzes erforderlichen Personal- und Sachkosten, soweit diese nicht unter die separat auszuweisenden Verwaltungs- und Vertriebskosten fallen. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

| Tsd. Euro                       | 2000           | 1999           |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 164.872        | 136.149        |
| Handelsware                     | 60.403         | 56.009         |
| Personal- und andere Sachkosten | 44.057         | 39.342         |
| <b>Gesamt</b>                   | <b>269.332</b> | <b>231.500</b> |

## 3. VERTRIEBSKOSTEN

Die Vertriebskosten enthalten Kosten für Werbung, Fracht, Garantie sowie Personal- und andere Sachkosten. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

| Tsd. Euro                       | 2000          | 1999          |
|---------------------------------|---------------|---------------|
| Werbekosten                     | 23.100        | 16.299        |
| Frachten                        | 10.122        | 7.103         |
| Garantie                        | 3.899         | 3.573         |
| Personal- und andere Sachkosten | 26.404        | 25.347        |
| <b>Gesamt</b>                   | <b>63.525</b> | <b>52.322</b> |

Die gegenüber dem Vorjahr überproportional gestiegenen Werbekosten betreffen vornehmlich Aufwendungen zur weiteren Höherpositionierung der Marke Loewe. Der überproportionale Anstieg der Frachtkosten resultiert im Wesentlichen auf Aufwendungen für die Verbesserung der Qualität

der Versandwege bzw. ist eine Folge gestiegener Frachtraten aus der Ölpreisverteuerung. Daneben ergaben sich Zusatzkosten aus der höheren Anzahl von Einzellieferungen, die im Zusammenhang mit Materialversorgungsempässen erforderlich waren.

#### 4. VERWALTUNGSKOSTEN

Für die Verwaltung der Konzerngesellschaften sind nachstehende Kosten entstanden:

| Tsd. Euro                       | 2000          | 1999         |
|---------------------------------|---------------|--------------|
| Personal- und Sozialkosten      | 5.761         | 5.852        |
| Sonstige Sach- und Gemeinkosten | 4.902         | 3.678        |
| <b>Gesamt</b>                   | <b>10.663</b> | <b>9.530</b> |

#### 5. SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

| Tsd. Euro  | 2000         | 1999         |
|--|--------------|--------------|
| Berechnete Lieferungen und Leistungen                | 2.353        | 3.138        |
| Mieterlöse   | 694          | 537          |
| Öffentliche Fördermittel für<br>Entwicklungsprojekte | 1.789        | 758          |
| Erträge aus der Auflösung von<br>Rückstellungen      | 3.714        | 2.298        |
| Sonstige Erträge                                     | 1.349        | 1.062        |
| <b>Gesamt</b>  | <b>9.899</b> | <b>7.793</b> |

Der Rückgang bei den berechneten Lieferungen und Leistungen resultiert im Wesentlichen aus niedrigeren Leistungen an ehemalige Tochtergesellschaften. Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen betreffen überwiegend nicht benötigte bzw. nicht in Anspruch genommene Erlöschmälerungen. Die korrespondierende Bildung der Rückstellung erfolgte im Vorjahr unter den Vertriebskosten.

## 6. SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen werden die zur Erzielung betrieblicher Erträge erforderlichen Aufwendungen sowie sonstige Aufwendungen ausgewiesen. Sie betreffen:

| Tsd. Euro   | 2000         | 1999         |
|---|--------------|--------------|
| Aufwendungen für berechnete Lieferungen und Leistungen sowie Mieterlöse | 2.943        | 3.806        |
| Aufwendungen für erhaltene Fördermittel                                 | 1.789        | 758          |
| Zuführungen zu Rückstellungen   | 1.187        | 502          |
| Andere betriebliche Aufwendungen  | 2.425        | 1.337        |
| <b>Gesamt</b>   | <b>8.344</b> | <b>6.403</b> |

Die geringeren Aufwendungen für berechnete Lieferungen und Leistungen gegenüber dem Vorjahr entsprechen dem unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesenen Erlösrückgang.

## 7. ZINSEN UND ÄHNLICHE AUFWENDUNGEN

Die Zinsaufwendungen betreffen gezahlte Zinsen für Darlehen von Banken sowie Darlehen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. Daneben ist in den Zinsaufwendungen erstmals auch ein Zinsanteil von 0,9 Mio. Euro aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen enthalten. Die jährlichen Aufzinsungsbeträge der Pensionsrückstellungen werden nunmehr verursachungsgerecht als Zinsen und nicht mehr als Bestandteil der Personalkosten ausgewiesen. Die Zahlen des Vorjahres wurden entsprechend angepasst.

## 8. STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Die Aufwendungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen mit 7.675 Tsd. Euro laufende Steuerverpflichtungen und mit 806 Tsd. Euro latente Steuern.

Der durchschnittliche effektive Steuersatz beträgt 40,8 % und liegt damit um 3,3 Prozentpunkte über dem für latente Steuern angesetzten Steuersatz von 37,5 %. Die Differenz resultiert neben steuerlichen Hinzurechnungsbeträgen im Wesentlichen daraus, dass auf die Ergebnisse des Jahres 2000 neben der Gewerbesteuer die Körperschaftsteuer mit dem bis Ende 2000 gültigen Ausschüttungssatz von 30 % zu verrechnen war, während für zukünftige Ergebnisse ein Steuersatz von 25 % anzusetzen ist.

Die latenten Steueraufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

|   | Tsd. Euro    |
|---|--------------|
| Erhöhung der latenten Steuerforderungen auf realisierbare Verlustvorträge | + 138        |
| Erhöhung des latenten Steuerguthabens auf thesaurierte Gewinne            | + 341        |
| Sonstige Abweichungen im Saldo  | - 1.285      |
| <b>Latente Steuern, gesamt</b>  | <b>- 806</b> |

## ANGABEN ZUR BILANZ

## 9. ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist nachstehend aufgeführt.

| Tsd. Euro   | Anschaf-<br>fungs- und<br>Herstel-<br>lungs-<br>kosten<br>(kumuliert) | Zugänge       | Abgänge<br>(Anschaf-<br>fungs-<br>und Her-<br>stellungs-<br>kosten) | Umbu-<br>chungen | Abschrei-<br>bungen<br>(kumu-<br>liert) | Buch-<br>wert am<br>Ende<br>des Ge-<br>schäfts-<br>jahres | Buch-<br>wert<br>Vorjahr | Abschrei-<br>bungen<br>des Ge-<br>schäfts-<br>jahres |
|---|---|---------------|---|------------------|---|---|--------------------------|--|
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände                  |   |               |   |                  |   |   |                          |  |
| 1. Software und ähnliche Vermögenswerte               | 8.198   | 1.363         | 892   | 0                | 6.321                                   | 2.348   | 1.826                    | 835  |
| 2. Entwicklungskosten                                 | 11.350  | 4.700         | 4.350   | 0                | 5.040                                   | 6.660   | 6.476                    | 4.516  |
| <b>Gesamt</b>   | <b>19.548</b>   | <b>6.063</b>  | <b>5.242</b>  | <b>0</b>         | <b>11.361</b>                           | <b>9.008</b>  | <b>8.302</b>             | <b>5.351</b>   |
| II. Sachanlagen                                       |   |               |   |                  |   |   |                          |  |
| 1. Grundstücke und Bauten                             | 36.942  | 13            | 248   | 0                | 14.181                                  | 22.526  | 23.416                   | 903  |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen                   | 12.562  | 2.788         | 2.433   | 0                | 8.353                                   | 4.564   | 3.374                    | 1.592  |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 77.234  | 14.627        | 5.906   | 0                | 63.379                                  | 22.576  | 18.683                   | 10.656   |
| <b>Gesamt</b>   | <b>126.738</b>  | <b>17.428</b> | <b>8.587</b>  | <b>0</b>         | <b>85.913</b>                           | <b>49.666</b>   | <b>45.473</b>            | <b>13.151</b>  |
| III. Finanzanlagen                                    |   |               |   |                  |   |   |                          |  |
| 1. Beteiligungen                                      | 22  | 25            | 0   | 0                | 0                                       | 47  | 22                       | 0  |
| 2. Sonstige Ausleihungen                              | 164   | 191           | 53  | 0                | 11                                      | 291   | 156                      | 3  |
| <b>Gesamt</b>   | <b>186</b>  | <b>216</b>    | <b>53</b>   | <b>0</b>         | <b>11</b>                               | <b>338</b>  | <b>178</b>               | <b>3</b>   |
| <b>Anlagevermögen Gesamt</b>                          | <b>146.472</b>  | <b>23.707</b> | <b>13.882</b>   | <b>0</b>         | <b>97.285</b>                           | <b>59.012</b>   | <b>53.953</b>            | <b>18.505</b>  |

Die immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten Produkt- und EDV-Software und Entwicklungskosten. Der gesamte Forschungs- und Entwicklungsaufwand für 2000 betrug 11.958 Tsd. Euro (Vorjahr 11.270 Tsd. Euro). Hiervon wurden 4.700 Tsd. Euro (Vorjahr 4.687 Tsd. Euro) als Entwicklungskosten aktiviert. Die sonstigen immateriellen Vermögensgegenstände betreffen im Wesentlichen Software.

Die Grundstücke und Gebäude als auch die technischen Anlagen und Maschinen dienen überwiegend der Produktion in Kronach. Die anderen Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung enthalten Büro- und sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Werkzeuge, die von Lieferanten genutzt werden. Hierunter sind auch Leasinggegenstände erfasst, soweit es sich um Finanzierungsleasing handelt. Zum 31. 12. 2000 beträgt der Nettobuchwert der erfassten Leasinggegenstände 230 Tsd. Euro (Vorjahr 341 Tsd. Euro).

Die Höhe der Beteiligungen liegt zwischen 7 % und 10 % des Nominalkapitals der Beteiligungsgesellschaften. Es handelt sich ausschließlich um langfristige Beteiligungen in Interessengemeinschaften, die dem Geschäftszweck dienen.

## 10. VORRÄTE

| Tsd. Euro                       | 2000          | 1999          |
|---------------------------------|---------------|---------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 16.171        | 7.579         |
| Unfertige Erzeugnisse           | 1.500         | 1.270         |
| Fertige Erzeugnisse und Waren   | 26.767        | 23.467        |
| <b>Gesamt</b>                   | <b>44.438</b> | <b>32.316</b> |

Der Bestandsaufbau bei den Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen hängt im Wesentlichen mit der Sicherheitsbevorratung bei Engpassteilen zur Vermeidung von Produktionsstillständen zusammen.

Der Anstieg der fertigen Erzeugnisse und Waren liegt unter der Ausweitung des Absatzvolumens.

Auf Basis der Herstellungs- bzw. Anschaffungskosten der Vorräte sind Wertabschläge für eine verlustfreie Bewertung bei den fertigen Erzeugnissen und Handelswaren zur Berücksichtigung von Veralterung und Überbeständen von 3.901 Tsd. Euro (Vorjahr 4.048 Tsd. Euro) enthalten. Auf die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie unfertige Erzeugnisse sind Wertabschläge von 778 Tsd. Euro (Vorjahr 462 Tsd. Euro) berücksichtigt.

**11. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** entfallen ausschließlich auf Forderungen aus dem operativen Geschäft.

Im Bilanzausweis der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Abschläge von insgesamt 4.575 Tsd. Euro für das Insolvenzrisiko, Skontokürzungen, Bearbeitungskosten und Zinsen als Wertberichtigungen berücksichtigt.

Die Wertberichtigungen für das Insolvenzrisiko werden individuell bemessen. Dabei wurden für größere Einzelforderungen im Inland bestehende Kreditversicherungen sowie für Auslandsforderungen zur Verfügung stehende Akkreditive, Bankgarantien und Kreditversicherungen entsprechend beachtet. Die Wertberichtigungen beinhalten weiterhin im Zeitpunkt der Zahlung vereinbarte Skontoabzüge von durchschnittlich 2 % sowie die mit dem Inkasso der Forderungen verbundenen (internen) Verwaltungskosten. Die durchschnittliche Restlaufzeit der Forderungen beträgt etwa 1,2 Monate.

**12. Die anderen kurzfristigen Forderungen** betreffen vor allem Umsatzsteuer, Körperschaftsteuer, Kapitalertragsteuer und Solidaritätszuschlag (5.173 Tsd. Euro), Reisekosten- und sonstige Personalvorschüsse (132 Tsd. Euro), Guthaben bei Lieferanten (364 Tsd. Euro), Ansprüche gegenüber Versicherungen (73 Tsd. Euro) sowie eine Restforderung aus dem Anteilsverkauf (10 %) an der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. (111 Tsd. Euro). Vorausgezahlte Kosten betreffen ein Disagio (2 Tsd. Euro), das auf die Restlaufzeit der Darlehen verteilt wird, Spesen (17 Tsd. Euro) eines Zinnsicherungsgeschäfts (Zinscap) über 3,8 Mio. Euro zu 5,5 % mit einer Restlaufzeit von 4,5 Jahren sowie vorausgezahlte Wartungskosten und Mieten (47 Tsd. Euro), die das Folgejahr betreffen.

Von den Forderungen haben 99 Tsd. Euro eine Laufzeit von ein bis fünf Jahren. Die übrigen Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

### 13. LATENTE STEUERFORDERUNGEN

Die im Konzern ausgewiesenen latenten Steuerforderungen betreffen Gewinnsteuern auf realisierbare Verlustvorträge mit 358 Tsd. Euro und temporäre Abweichungen zwischen Steuerbilanzansätzen und Ansätzen in der Konzernbilanz mit 621 Tsd. Euro. Bei der Ermittlung wurde ein Ertragsteuersatz von 37,5 % auf den Nominalwert angesetzt.

Nicht bilanzierungspflichtige Steuererhöhungen, die im Fall einer – nicht geplanten – Gewinnausschüttung aus bisher mit Körperschaftsteuer nicht belastetem Eigenkapital entstehen würden, betragen 1.208 Tsd. Euro.

### 14. EIGENKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt unverändert gegenüber dem Vorjahresstand 7.075 Tsd. Euro. Es ist in 7.075.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Das gesamte Grundkapital der Gesellschaft ist zum Börsenhandel mit amtlicher Notierung an der Frankfurter Wertpapierbörse unter gleichzeitiger Teilnahme in SMAX zugelassen. Die Aktien werden unter der Wertpapierkennnummer 649 410 notiert.

In der Gesellschafterversammlung der Loewe Holding GmbH (Rechtsvorgängerin der Loewe AG) vom 20. April 1999 wurde dem Vorstand die Ermächtigung erteilt, das Grundkapital bis spätestens zum 20. April 2004 mit Zustimmung des Aufsichtsrates durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Geldeinlagen einmalig oder mehrmalig bis zu insgesamt 500.000,00 Euro zu erhöhen. Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre ausschließen. Unter teilweiser Ausnutzung dieser Ermächtigung ist die Erhöhung des Grundkapitals von damals 5.000.000,00 Euro um 75.000,00 Euro auf 5.075.000,00 Euro zur Ausgabe von Belegschaftsaktien gemäß Beschluss des Vorstandes vom 30. April 1999 und des Aufsichtsrates vom gleichen Tage durchgeführt und im Handelsregister unter dem 2. Juli 1999 eingetragen. Damit beträgt die obige Ermächtigung aus dem Genehmigten Kapital noch 425.000,00 Euro.

Das Grundkapital ist um weitere 500.000,00 Euro, eingeteilt in bis zu 500.000 Aktien, bedingt erhöht (Bedingtes Kapital). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Bezugsrechten an die Vorstandsmitglieder und Führungskräfte der Gesellschaft sowie Geschäftsführer und Führungskräfte verbundener Unternehmen auf Grund eines in der außerordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft am 21. Juni 1999 beschlossenen Aktienoptionsprogramms.

Die Optionsbedingungen sehen unter anderem vor:

**Basiswert:** Stammaktie der Loewe AG im rechnerischen Nennwert von 1,0 Euro

**Basispreis:** 18,00 Euro

(Emissionskurs der Loewe Aktie am 7. Juli 1999)

**Gesamtlaufzeit:** 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2005

**Ausübungsfrist:** 1. Juli 2001 bis 30. Juni 2005

Ausübungsvoraussetzungen:

- Der Optionsinhaber muss in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis zu Loewe stehen.
- Der Kurs der Loewe Aktie muss mindestens 25 % über dem Emissionskurs von 18,00 Euro liegen (= 22,50 Euro).
- Die Ausübung der Optionen kann halbjährlich jeweils ab dem 11. Geschäftstag nach Veröffentlichung des Jahres- bzw. Halbjahresberichtes innerhalb einer Frist von zwei Wochen bis zu folgenden Höchstgrenzen erfolgen:
  - Bis zu 25 % der Optionsrechte frühestens nach dem 30. Juni 2001,
  - bis zu 50 % der Optionsrechte frühestens nach dem 30. Juni 2002,
  - bis zu 75 % der Optionsrechte frühestens nach dem 30. Juni 2003,
  - bis zu 100 % der Optionsrechte frühestens nach dem 30. Juni 2004.

In Übereinstimmung mit den bestehenden Rechnungslegungsvorschriften sind keine Personalkosten in Zusammenhang mit dem Aktienoptionsprogramm verrechnet worden.

Die Bildung einer gesetzlichen Rücklage gemäß § 150 Abs. 1 und 2 AktG entfällt auf Grund der Höhe der vorhandenen Kapitalrücklage.

Aus dem Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2000 sind 2.500 Tsd. Euro in Andere Gewinnrücklagen eingestellt worden.

Die Entwicklung des Eigenkapitals ergibt sich aus der nachstehenden Übersicht:

| Tsd. Euro                                      | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Andere Gewinnrücklagen | Ergebnisvortrag | Eigenkapital Total |
|--|----------------------|-----------------|------------------------|-----------------|--------------------|
| Stand am 1. 1. 1999                            | 256                  | 13.549          |                        | 1.485           | 15.290             |
| Kapitalerhöhung durch Umwandlung von Rücklagen | 4.744                | - 4.744         |                        |                 | 0                  |
| Kapitalerhöhung                                | 2.075                | 34.826          |                        |                 | 36.901             |
| Jahresüberschuss 1999                          |                      |                 |                        | 5.304           | 5.304              |
| Stand 31. 12. 1999                             | 7.075                | 43.631          |                        | 6.789           | 57.495             |
| Jahresüberschuss 2000                          |                      |                 |                        | 12.038          | 12.038             |
| Einstellung in Andere Gewinnrücklagen          |                      |                 | 2.500                  | - 2.500         | 0                  |
| Stand am 31. 12. 2000                          | 7.075                | 43.631          | 2.500                  | 16.327          | 69.533             |
| vorgesehene Dividendenausschüttung             |                      |                 |                        | - 6.014         | - 6.014            |
|  | <b>7.075</b>         | <b>43.631</b>   | <b>2.500</b>           | <b>10.313</b>   | <b>63.519</b>      |

#### 15. ANTEILE IM FREMDBESITZ

Anteile in Fremdbesitz bestehen bei der Loewe Opta GmbH, Kronach (1 %) und der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. (10 %). Der Posten entwickelte sich wie folgt:

|   | Tsd. Euro  |
|---|------------|
| Stand am 01. 01. 2000                           | 295        |
| Verkauf 10 % an Loewe Opta Benelux N.V./S.A.    | 139        |
| Zugang Ergebnisanteile 2000                     | 279        |
| Abgang durch Gewinnausschüttung Loewe Opta GmbH | - 71       |
| <b>Stand am 31. 12. 2000</b>                    | <b>642</b> |
| davon betreffen:                                |            |
| Loewe Opta GmbH                                 | 349        |
| Loewe Opta Benelux N.V./S.A.                    | 293        |
|   | <b>642</b> |

**16. Die Pensionsrückstellungen** betreffen Einzel- und Pauschalzusagen an die Mitarbeiter zur Zahlung von Pensionen. Ein Teil dieser Zusagen wurde in 1997 in eine Unterstützungskasse übertragen, die als eingetragener Verein von der Loewe Opta GmbH unabhängig ist. Soweit das Vermögen der Loewe Opta Unterstützungskasse e. V. zur Deckung der Verpflichtungen nicht ausreicht, haftet die Loewe Opta GmbH.

Im November 2000 wurden weitere Verpflichtungen aus laufenden Renten aus Einzel- und Pauschalzusagen in die Loewe Pensionsgesellschaft mbH im Wege der Gesamtrechtsnachfolge übertragen. Zugleich wurden der Gesellschaft die zur Deckung ihrer Verpflichtungen erforderlichen Mittel zur Verfügung gestellt. Bei der Bemessung dieser Mittel wurde von einem langfristigen Kapitalzins von 5,5 % ausgegangen. Künftige Rentensteigerungen wurden mit 2 % p.a. berücksichtigt. Zweck der Ausgliederung war die Trennung des operativen Geschäftes der aktiven Gesellschaften von der Verwaltung der Pensionsverpflichtungen sowie dazu dienenden Vermögens. Die Geschäftsanteile der Loewe Pensionsgesellschaft mbH befinden sich zu 100 % in den Händen der Loewe Opta GmbH. Aus diesem Grunde waren sie in den Konsolidierungskreis mit einzubeziehen. Soweit das Vermögen der Loewe Pensionsgesellschaft mbH zur Deckung der Verpflichtungen nicht ausreichen sollte, haftet hierfür die Loewe Opta GmbH.

Die Pensionsverpflichtungen sind für beide Stichtage unter folgenden Annahmen berechnet:

| Prozent                                      | 2000 | 1999 |
|--|------|------|
| Zinssatz für die Diskontierung               | 5,0  | 4,5  |
| Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen p.a. | 2,5  | 2,0  |
| Erwartete Rentensteigerungen p.a.            | 1,5  | 1,0  |

Die ausgewiesene Rückstellung berechnet sich wie folgt:

| Tsd. Euro                                  | 2000          | 1999          |
|--|---------------|---------------|
| Barwert der Verpflichtungen                | 36.895        | 37.238        |
| abzüglich Vermögen der Unterstützungskasse | 9.864         | 11.419        |
| <b>Rückstellung</b>                        | <b>27.031</b> | <b>25.819</b> |

Der Barwert der Verpflichtungen wurde anhand von versicherungsmathematischen Gutachten nach der „Projected Unit Credit“-Methode entsprechend den Vorgaben in IAS 19 (revised 1998) auf die beiden Stichtage ermittelt.

Das Vermögen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. ist in 2000 erstmals zu etwa 45 % in Wertpapierfonds angelegt worden. Das Vermögen der betreffenden Fonds besteht vornehmlich aus Aktien internationaler Adressen. Daneben hat die Unterstützungskasse der Loewe AG ein kurzfristiges Darlehen von 5,4 Mio. Euro nach dem Stand zum Jahresende 2000 gewährt, das unter den Sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen ist. Das Wertpapiervermögen ist mit aktuellen Kursen zum 31. 12. 2000 bewertet. Die Forderungen an die Loewe AG sind mit dem Nennwert angesetzt ebenso wie Bankguthaben.

Die flüssigen Mittel der Loewe Opta Unterstützungskasse e. V. sind überwiegend an die Loewe AG kurzfristig, verzinslich ausgeliehen worden.

Das Vermögen der Loewe Pensionsgesellschaft mbH war am Bilanzstichtag in verzinslichen, kurzfristigen Bankguthaben angelegt.

Die Veränderungen bei den Pensionsrückstellungen beinhalten folgende Beträge:

|   | Tsd. Euro | Tsd. Euro     |
|---|-----------|---------------|
| <b>Stand am 01. 01. 2000</b>  |           | <b>25.819</b> |
| a) Erfolgsneutrale Veränderungen  |           |               |
| Pensionszahlungen in 2000   | – 1.988   |               |
| Inanspruchnahme des Vermögens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.   | 1.288     | – 700         |
|   |           | <b>25.119</b> |
| b) Ergebniswirksame Veränderungen   |           |               |
| Ausweis unter Zinsaufwendungen  |           |               |
| – Zinsaufwand auf eigene Verpflichtungen  |           | 953           |
| Ausweis unter Herstell-, Vertriebs- und Verwaltungskosten   |           |               |
| – Laufender Dienstzeitaufwand   | 490       |               |
| – Nachzuerrechnender Dienstzeitaufwand  | 640       |               |
| – Versicherungsmathematische Gewinne  | – 451     |               |
| – Erfolgswirksame Veränderungen bei der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. aus erwartetem und tatsächlichem Ergebnis | 280       | 959           |
| <b>Stand am 31. 12. 2000</b>  |           | <b>27.031</b> |

Die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden nach tatsächlichen Anfall ausgewiesen. Von der Methode der planmäßigen Verrechnung innerhalb des nach IAS 19 Tz. 92 vorgesehenen Bandbreite wurde kein Gebrauch gemacht. Der Ausweis der Zinsaufwendungen auf die eigenen Verpflichtungen erfolgte im Berichtsjahr erstmals unter den Zinsaufwendungen und nicht mehr unter den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten. Der Vorjahresausweis wurde wie folgt angepasst:

| <b>Tsd. Euro</b>   |          |
|--------------------|----------|
| Zinsaufwand        | 919      |
| Herstellungskosten | - 498    |
| Vertriebskosten    | - 219    |
| Verwaltungskosten  | - 202    |
|                    | <b>0</b> |

Die Pensionszahlungen setzen sich wie folgt zusammen:

| <b>Tsd. Euro</b>                                |              |
|---|--------------|
| Pensionszahlungen durch Konzerngesellschaften   | 598          |
| Pensionszahlungen durch die Unterstützungskasse | 1.390        |
| <b>Pensionszahlungen Gesamt</b>                 | <b>1.988</b> |

Die Unterstützungskasse hat die Pensionszahlungen aus den erwähnten Zinserträgen und einer Zahlung der Loewe Opta GmbH von 102 Tsd. Euro finanziert.

**17. Die Steuerrückstellungen** betreffen die nach nationalem Recht zu zahlenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag.

**18. Die sonstigen Rückstellungen** setzen sich wie folgt zusammen:

| <b>Tsd. Euro</b>                      | <b>2000</b>   | <b>1999</b>   |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| Jahresumsatzvergütungen               | 17.344        | 16.343        |
| Garantiekosten                        | 5.481         | 5.389         |
| Personalkosten                        | 6.570         | 4.944         |
| Lizenzgebühren                        | 5.100         | 2.273         |
| übrige                                | 8.524         | 8.840         |
| <b>Sonstige Rückstellungen Gesamt</b> | <b>43.019</b> | <b>37.789</b> |

Die Rückstellungen für Jahresumsatzvergütungen sind auf Basis der für Bonifikationen und anderer Vergütungen getroffenen Vereinbarungen gebildet und betreffen vornehmlich das Inland. Die Garantierückstellungen wurden auf der Basis der in der Vergangenheit angefallenen Garantiekosten unter Berücksichtigung der vertraglichen Garantiedauern der Produkte berechnet. Rückstellungen für Personalkosten umfassen im Wesentlichen Urlaubslöhne und -gehälter, Jubiläumsgelder, sowie variable Vergütungen. Die Lizenzrückstellungen wurden für etwaige sich aus Schutzrechtsverletzungen ergebende Lizenzzahlungen gebildet.

#### 19. VERBINDLICHKEITEN

| Tsd. Euro   | 31. 12. 2000  | Vorjahr       |
|---|---------------|---------------|
| <b>Langfristige Schulden</b>                            | <b>5.417</b>  | <b>6.768</b>  |
| davon: gegenüber Banken                                 | (5.338)       | (6.619)       |
| gegenüber Dritten                                       | (79)          | (149)         |
| davon: Restlaufzeit                                     |               |               |
| – 1 bis 5 Jahre   | (3.863)       | (4.316)       |
| – über 5 Jahre  | (1.554)       | (2.452)       |
| davon: durch Grundschulden                              |               |               |
| gesicherte Beträge                                      | (5.338)       | (6.619)       |
| <b>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b> | <b>39.787</b> | <b>24.831</b> |
| davon: Restlaufzeit                                     |               |               |
| – unter 1 Jahr  | (39.787)      | (24.831)      |
| <b>Andere kurzfristige Verbindlichkeiten</b>            | <b>15.138</b> | <b>18.629</b> |
| davon: Restlaufzeit                                     |               |               |
| – unter 1 Jahr  | (15.138)      | (18.629)      |
| Kurzfristige Bankschulden                               | (1.858)       | (2)           |
| Kurzfristige Teilbeträge der langfristigen Schulden     | (1.351)       | (4.003)       |
| davon: gegenüber Banken                                 | (1.282)       | (1.282)       |
| gegenüber Dritten                                       | (69)          | (2.721)       |
| davon: durch Grundschulden                              |               |               |
| gesicherte Beträge                                      | (1.282)       | (1.282)       |
| sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten                 | (11.929)      | (14.624)      |
| davon: aus Steuern                                      | (2.595)       | (1.898)       |
| im Rahmen der sozialen Sicherheit                       | (1.355)       | (1.028)       |
| <b>Verbindlichkeiten Gesamt</b>                         | <b>60.342</b> | <b>50.228</b> |

**LANGFRISTIGE SCHULDEN**

Die langfristigen Schulden betreffen Bankschulden und Schulden aus Leasingverträgen.

Die Bankschulden bestehen bei der Loewe Opta GmbH und sind in deutscher Währung rückzahlbar. Die Veränderung des Bilanzausweises gegenüber dem Vorjahr beruhen auf planmäßigen Tilgungen.

Den im Anlagevermögen bilanzierten Vermögensgegenständen aus Leasingverträgen von 230 Tsd. Euro entsprechen Verbindlichkeiten in Höhe von 79 Tsd. Euro.

**ANDERE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN**

Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten betreffen Darlehen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. mit 5.380 Tsd. Euro, daneben vor allem Steuerverbindlichkeiten und soziale Abgaben. Die unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Beträge haben ausnahmslos eine Laufzeit von unter einem Jahr.

**HAFTUNGSVERHÄLTNISSE UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN**

Es bestehen folgende Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen:

| <b>Tsd. Euro</b>  | <b>31. 12. 2000</b> | <b>Vorjahr</b> |
|---|---------------------|----------------|
| Verbindlichkeiten aus der Begebung und Übertragung von Wechseln | 15                  | 13             |
| Verpflichtungen aus Miet-, Wartungs- und Leasingverträgen       |                     |                |
| – fällig in 2001 (Vorjahr 2000)                                 | 2.382               | 1.451          |
| – fällig in 2002 bis 2005 (Vorjahr 2001 bis 2004)               | 2.800               | 1.446          |

Gegenüber dem Verkäufer der in 1999 erworbenen Geschäftsanteile der Loewe Telecom GmbH besteht eine zusätzliche Kaufpreisverpflichtung von 511 Tsd. Euro bei Abschluss eines Kooperationsvertrages mit einem technologischen Partner bis 31. März 2001.

Ausstehende Einlagen bei Beteiligungsgesellschaften gemäß § 24 GmbHG betragen 40 Tsd. Euro.

## SONSTIGE ANGABEN

Barkreditlinien für kurzfristige Kredite bestehen in Höhe von 39.800 Tsd. Euro. Separate Linien für die Ausstellung von Akkreditiven bestehen in Höhe von 2.600 Tsd. Euro. Für die verbindlich zugesagten Kreditlinien ist keine Bereitstellungsprovision zu entrichten. Die Kreditlinien sind bis auf Weiteres zugesagt bzw. haben eine Laufzeit bis zu einem Jahr.

### MITARBEITER UND PERSONALAUFWAND

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter beträgt:

| Personen                            | 2000         | 1999         |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Gewerbliche Mitarbeiter             | 487          | 480          |
| Angestellte                         | 528          | 516          |
| <hr/>                               |              |              |
| Arbeitnehmer nach § 285 Ziff. 7 HGB | 1.015        | 996          |
| Auszubildende                       | 91           | 91           |
| <hr/>                               |              |              |
| <b>Mitarbeiter Gesamt</b>           | <b>1.106</b> | <b>1.087</b> |

Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 19 Personen bzw. 2 % bei einer Ausweitung des Umsatzvolumens um 17 %.

Die in den oben aufgeführten betrieblichen Aufwendungen enthaltenen gesamten Personalaufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

| Tsd. Euro   | 2000          | 1999          |
|---|---------------|---------------|
| Löhne und Gehälter  | 44.402        | 40.654        |
| Soziale Aufwendungen einschließlich<br>Aufwendungen für Altersversorgung<br>und Unterstützung | 8.399         | 8.194         |
| <hr/>   |               |               |
| <b>Gesamt</b>   | <b>52.801</b> | <b>48.848</b> |

## KAPITALFLUSSRECHNUNG

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 31.103 Tsd. Euro setzt sich im Wesentlichen aus dem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 20.798 Tsd. Euro, Abschreibungen von 18.505 Tsd. Euro abzüglich Steuerzahlungen von 7.907 Tsd. Euro einerseits und einer Erhöhung des Nettoumlaufvermögens von 1.292 Tsd. Euro andererseits zusammen.

Die Erhöhung des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 2.739 Tsd. Euro gegenüber dem Vorjahr resultiert vornehmlich aus der Erhöhung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 5.964 Tsd. Euro, der Abschreibungen um 2.262 Tsd. Euro und einer um 909 Tsd. Euro geringeren Erhöhung des Nettoumlaufvermögens, denen höhere Steuerzahlungen von 7.549 Tsd. Euro gegenüberstanden.

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit von 23.347 Tsd. Euro liegt um 5.396 Tsd. Euro über dem Vorjahr. Das höhere Investitionsvolumen betrifft insbesondere Kapazitätsausweitungen und Rationalisierungsmaßnahmen in der Produktion sowie neue Produkte.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 8.424 Tsd. Euro betrifft planmäßige Tilgungen von langfristigen Bankkrediten, eines Darlehens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. sowie anderer langfristiger Kredite. Die Vorjahreszahlen waren durch die Kapitalerhöhung im Zusammenhang mit dem Börsengang und durch Tilgung von Krediten geprägt.

Der Finanzmittelbestand von 8.419 Tsd. Euro vermindert sich gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 668 Tsd. Euro.

## SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Konzern ist in drei Geschäftsbereichen (Unterhaltungselektronik, Multimedia sowie Telekommunikation) tätig (Primärsegmente gemäß IAS 40).

Die Bereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia sind im Teilkonzern Loewe Opta GmbH, die Telekommunikation ist in der Loewe Telecom GmbH organisiert. Der Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik vertreibt weltweit Fernsehgeräte aus eigener Herstellung sowie zugekaufte Videorecorder und andere Produkte. Der Geschäftsbereich Multimedia wird seit 1998 neu aufgebaut und stellt multimediafähige Fernsehgeräte her und vertreibt diese zurzeit vornehmlich in Deutschland. Der Geschäftsbereich Telekommunikation konzentriert sich auf den Einkauf, das Projektmanagement und den Vertrieb von Telefonen und Anrufbeantwortern.

Die Segmentergebnisse der einzelnen Geschäftsbereiche sind in der nachstehenden Übersicht dargestellt.

| <b>Tsd. Euro</b>  | <b>Unterhal-<br/>tungs-<br/>elektronik</b> | <b>Multi-<br/>media</b> | <b>Tele-<br/>kommu-<br/>nikation</b> | <b>Total</b>  |
|---|--|-------------------------|--------------------------------------|---------------|
| Umsatz  | 288.783                                    | 50.868                  | 23.938                               | 363.589       |
| Aufwendungen  | 268.619                                    | 48.751                  | 24.337                               | 341.707       |
| Segmentergebnisse vor Zinsen, außerordentlichen Aufwendungen und Steuern (EBIT) | 20.164                                     | 2.117                   | - 399                                | 21.882        |
| Zinsen  | - 857                                      | - 153                   | - 74                                 | - 1.084       |
| Segmentergebnisse vor außerordentlichen Aufwendungen und Steuern                | 19.307                                     | 1.964                   | - 473                                | 20.798        |
| Überleitung zum Konzernjahresüberschuss   |  |                         |                                      |               |
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag  |  |                         |                                      | - 8.481       |
| Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis einschließlich Gewinnausschüttung  |  |                         |                                      | - 279         |
| <b>Konzernjahresüberschuss</b>  |  |                         |                                      | <b>12.038</b> |

Der Geschäftsbereich Multimedia hat in 2000 erstmals ein positives Ergebnis erzielt. Im negativen Ergebnis des Geschäftsbereichs Telekommunikation kommen im Wesentlichen Warenverfügbarkeitsprobleme und Rückstände beim Anlauf neuer Produkte sowie durch den höheren US-Dollarkurs verteuerte Produkteinkäufe zum Ausdruck.

Alle drei Unternehmensbereiche sind vorwiegend im europäischen Bereich mit dem Schwerpunkt Bundesrepublik Deutschland tätig. Die Produktionsanlagen für die Geschäftsbereiche Unterhaltungselektronik und Multimedia befinden sich in Deutschland, die Produkte der Telekommunikation werden von Subunternehmern in Asien hergestellt.

Das Segmentvermögen umfasst alle betrieblichen Vermögenswerte, die von einem Geschäftsbereich genutzt werden. Die Aufteilung zwischen Unterhaltungselektronik und Multimedia einerseits sowie Telekommunikation andererseits ergibt sich aus der Teilkonzernbilanz bzw. Bilanz, die für die jeweiligen Bereiche erstellt werden. Die Werte der Loewe AG und der Konsolidierungen betreffen das Segment Unterhaltungselektronik und Multimedia und sind entsprechend zugeordnet worden. Nachdem Produktions- und Vertriebsressourcen von Unterhaltungselektronik und Multimedia gemeinsam genutzt werden, wird das Vermögen beider Geschäftsbereiche zusammen dargestellt.

Wesentliche Vermögenswerte außerhalb der Bundesrepublik Deutschland bestehen nur bei der Loewe Opta Benelux N.V./S.A., Belgien, in Höhe von 12.037 Tsd. Euro brutto und 2.926 Tsd. Euro netto.

Das Segmentvermögen ist in der nachstehenden Übersicht dargestellt.

| Tsd. Euro                              | Unterhaltungselektronik und Multimedia | Telekommunikation | Loewe AG | Konsolidierungen | Total         |
|--|--|-------------------|----------|------------------|---------------|
| Buchwert des Segmentvermögens          | 178.317                                | 5.299             | 74.097   | – 52.581         | 205.132       |
| Segmentsschulden                       | 147.517                                | 4.513             | 14.671   | – 31.744         | 134.957       |
| Umgliederung                           | 38.589                                 | –                 | – 59.426 | 20.837           | –             |
| <b>Segment Nettovermögen</b>           | <b>69.389</b>                          | <b>786</b>        | <b>0</b> | <b>0</b>         | <b>70.175</b> |
| Anschaffungskosten des Anlagevermögens | 154.303                                | 1.994             |          |                  | 156.297       |
| Abschreibungen 2000                    | 18.091                                 | 414               |          |                  | 18.505        |

## ORGANE DER KONZERNMUTTERGESELLSCHAFT LOEWE AG

### AUFSICHTSRAT

Zu Mitgliedern des ersten Aufsichtsrates sind am 20. April 1999 bestellt die Herren:

- PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER  
Wirtschaftsprüfer, Hamburg  
Vorsitzender des Aufsichtsrates
- DR. LOTHAR SPÄTH  
Vorsitzender des Vorstands der Jenoptik AG, Jena  
Stellvertreter des Vorsitzenden des Aufsichtsrates
- KARL FÖSSEL  
Werkzeugmacher, Kronach

- **BERND HABICHT**  
Betriebswirt VWA, kaufmännischer Angestellter, Kronach
  
- **PROF. DR. ROLF-DIETER LEISTER**  
Wirtschaftsberater, Luzern
  
- **HELMUT RICKE**  
Kaufmann, Krefeld

## VORSTAND

Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft sind die Herren:

- **DR. RAINER HECKER**  
Dipl.-Wirtschaftsingenieur, Kronach  
Vorsitzender des Vorstands
  
- **DR. BURKHARD BAMBERGER**  
Dipl.-Kfm., Frankfurt am Main
  
- **KLAUS DEISLER**  
Kaufmann, Kronach
  
- **GERHARD SCHAAS**  
Dipl.-Ing. FH, Rödental

Der Vorstand bildet auch die Geschäftsführung der Loewe Opta GmbH.  
Herr Dr. Hecker ist weiterhin Geschäftsführer der Loewe Telecom GmbH.  
Herr Deisler ist Mitglied des Vorstands der Loewe Benelux N.V./S.A.

Die anderen Mandate der Mitglieder des Aufsichtsrats sind auf Seite 108 und 109, die Mandate der Mitglieder des Vorstands auf Seite 108 aufgeführt.

Die Bezüge des Vorstandes der Gesellschaft betragen 1.322 Tsd. Euro (Vorjahr 1.265 Tsd. Euro). Die Bezüge des Aufsichtsrates beliefen sich auf 70 Tsd. Euro (Vorjahr 84 Tsd. Euro).

Auf Grund des Beschlusses des Aufsichtsrates vom 8. Dezember 2000 wird Herr Thomas Bender mit Wirkung zum 1. April 2001 in den Vorstand der Loewe AG eintreten.

### **AKTIEN IN HÄNDEN DES VORSTANDES UND DES AUF SICHTSRATES AM 31. 12. 2000:**

Zum 31. 12. 2000 waren 1.074.732 Aktien der Loewe AG in Händen des Vorstandes. Des Weiteren partizipiert der Vorstand am Aktienoptionsprogramm mit 150.000 Optionen. Der Aufsichtsrat hält 1.130 Aktien.

Kronach, im Februar 2001

Der Vorstand

Dr. R. Hecker      Dr. B. Bamberger      K. Deisler      G. Schaas

## VORSTAND

- **DR. RAINER HECKER**  
 Dipl.-Wirtschaftsingenieur, Kronach  
 Vorsitzender des Vorstandes der Loewe AG  
 Weitere Mandate:  
 Gesellschaft für Unterhaltungs- und  
 Kommunikationselektronik (gfu), Frankfurt (AR Vorsitz)
- **DR. BURKHARD BAMBERGER**  
 Dipl.-Kfm., Frankfurt am Main
- **KLAUS DEISLER**  
 Kaufmann, Kronach
- **GERHARD SCHAAS**  
 Dipl.-Ing. FH, Rödental  
 Weitere Mandate:  
 SZ Testsysteme AG, Amerang (AR stv. Vorsitz)

## AUFSICHTSRAT

- **PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER**  
 Wirtschaftsprüfer, Hamburg  
 Vorsitzender des Aufsichtsrates  
 weitere Mandate bei:  
 Loewe Opta GmbH, Kronach (AR ki Vorsitz)  
 Europa Carton AG, Hamburg (AR Mitglied)  
 Eagle Star European Life Assurance  
 Company Ltd., Dublin/Irland (vgl. Kgr Mitglied)
- **DR. LOTHAR SPÄTH**  
 Vorsitzender des Vorstandes der Jenoptik AG, Jena  
 Stellvertreter des Vorsitzenden des Aufsichtsrates  
 weitere Mandate bei:  
 SÜBA Bau AG, Hockenheim (AR Vorsitz)  
 caatoossee AG, Stuttgart (AR Vorsitz)  
 Herrenknecht AG, Schwanau (AR Vorsitz)  
 Contara AG, Stuttgart (AR Mitglied)  
 Lambda Physik AG, Göttingen (AR Mitglied)  
 I-D Media AG, Berlin (AR Mitglied)  
 DEWB Deutsche Effecten- und  
 Wechsel-Beteiligungsgesellschaft AG, Jena (AR ki Vorsitz)  
 M + W Zander Holding AG, Stuttgart (AR ki Vorsitz)  
 JENOPTIK EXTEL AG, Jena (AR ki Vorsitz)  
 SÜBA Beteiligungs AG, Wien (vgl. Kgr Präsident)  
 unaxis AG, Zürich (vgl. Kgr Mitglied)

■ **KARL FÖSSEL**

Werkzeugmacher, Kronach

weitere Mandate bei:

Loewe Opta GmbH, Kronach (AR ki Mitglied)

■ **BERND HABICHT**

Betriebswirt VWA, kaufmännischer Angestellter, Kronach

weitere Mandate bei:

Loewe Opta GmbH, Kronach (AR ki Mitglied)

■ **PROF. DR. ROLF-DIETER LEISTER**

Wirtschaftsberater, Luzern

weitere Mandate bei:

Loewe Opta GmbH, Kronach (AR ki Mitglied)

Berlinwasser Holding AG, Berlin (AR Vorsitz)

BÖWE Systec AG, Augsburg (AR Mitglied)

Deutsche Beteiligungs AG, Frankfurt (AR stv. Vorsitz)

DaimlerChrysler Services AG, Berlin (AR Mitglied)

AU-System, Stockholm (AR Mitglied)

Südwestdeutsche Medien Holding GmbH,  
Stuttgart (AR-erw.-Mitglied)

ASCOM AG, Bern (vgl. Kgr Mitglied)

■ **HELMUT RICKE**

Kaufmann, Krefeld

weitere Mandate bei:

Loewe Opta GmbH, Kronach (AR ki stv. Vorsitz)

IHH Industrie- und Handelsholding AG,  
Osnabrück (AR stv. Vorsitz)

Abkürzungen:

AR = Aufsichtsrat

vgl. Kgr = vergleichbares Kontrollgremium

ki = konzerninternes Mandat

stv. = stellvertretender

## KONZERNTESTAT

### BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der Loewe AG, Kronach, aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2000 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluss den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den International Standards on Auditing (ISA) sowie unter Beachtung der deutschen Prüfungsvorschriften und der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den IAS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2000 bis zum 31. Dezember 2000 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2000 bis zum 31. Dezember 2000 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.

Mönchengladbach, den 24. März 2001

Abstoß & Wolters  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Grage  
Wirtschaftsprüfer

Straaten  
Wirtschaftsprüfer

## STICHWORTVERZEICHNIS GESCHÄFTSBERICHT 2000

|                              |        |                                   |                           |                                |                          |              |    |  |  |
|------------------------------|--------|-----------------------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------|----|--|--|
| <b>■ A</b>                   |        |                                   | <b>■ H</b>                |                                |                          | <b>■ O</b>   |    |  |  |
| Abschreibungen               | 41, 94 | Heimvernetzung                    | 71                        | Organe & Mandate               | 108                      |              |    |  |  |
| Aktie/Aktienkurs             | 8      | Herstellungskosten                | 27                        | <b>■ P</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Aktionärsstruktur            | 10     | Home Multimedia                   | 70                        | Perfektion                     | 58                       |              |    |  |  |
| Angaben zur Bilanz           | 94     | <b>■ I</b>                        |                           |                                | Personalaufwand          | 103          |    |  |  |
| Anlagevermögen               | 40, 94 | IAS                               |                           | Personalbericht                | 46                       |              |    |  |  |
| Ästhetik                     | 64     | Immaterielle Vermögensgegenstände | 88                        | Personalentwicklung            | 103                      |              |    |  |  |
| Aufsichtsrat                 | 108    | Innovation                        | 70                        | Plasma-Technologie             | 66                       |              |    |  |  |
| Ausbildung                   | 47     | Internationale Märkte             | 76                        | Produktneuheiten               | 34                       |              |    |  |  |
| Ausblick                     | 54     | Internationalisierung             | 34                        | Prognose                       | 9                        |              |    |  |  |
| <b>■ B</b>                   |        |                                   | Internet                  |                                |                          |              |    |  |  |
| Bericht des Aufsichtsrates   | 6, 7   | Internet-Adress-Erkennung         | 70, 36                    | <b>■ R</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Bericht des Vorstands        | 4, 5   | Investitionen                     | 32, 41                    | Risikofelder                   | 50                       |              |    |  |  |
| Bestätigungsvermerk          | 110    | Investor Relations                | 10                        | Risikomanagementsystem         | 50                       |              |    |  |  |
| Betriebsergebnis/EBIT        | 24     | <b>■ J</b>                        |                           |                                | Rückstellungen           | 43, 89, 98   |    |  |  |
| Bilanzierungs- und           |        | Jahresabschluss                   | 82                        | <b>■ S</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Bewertungsgrundsätze         | 88     | Jahresüberschuss                  | 105                       | Sachanlagen                    | 88                       |              |    |  |  |
| Bilanzstruktur               | 40     | <b>■ K</b>                        |                           |                                | Segmentberichterstattung | 104          |    |  |  |
| Bilanzsumme                  | 42     | Kapitalflussrechnung              | 104, 85                   | Steuerzahlungen                | 45                       |              |    |  |  |
| <b>■ C</b>                   |        |                                   | Kennzahlen nach Segmenten | 105                            | <b>■ T</b>               |              |    |  |  |
| Cashflow                     | 44     | Konsolidierungskreis              | 87                        | Technologische Spitzenstellung | 35                       |              |    |  |  |
| Chronik                      | 12     | Konsolidierungsprinzipien         | 86                        | Telekommunikation              | 23, 38                   |              |    |  |  |
| Corporate Governance         | 11     | Kontakte                          | 113                       | Termine                        | 112                      |              |    |  |  |
| <b>■ D</b>                   |        |                                   | Konzernanhang             | 86                             | Testergebnisse           | 37           |    |  |  |
| Design                       | 33, 64 | Konzernbilanz                     | 84                        | <b>■ U</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Digitales Fernsehen          | 73     | Konzernjahresüberschuss           | 105                       | Umlaufvermögen, Sonstiges      | 40                       |              |    |  |  |
| Dividende                    | 11     | Konzerntestat                     | 110                       | Umsatz, Ausland                | 26                       |              |    |  |  |
| DVD, Video & Hi-Fi           | 22     | Kursentwicklung                   | 8, 9                      | Umsatzerlöse                   | 24, 26, 90               |              |    |  |  |
| DVFA-Ergebnis                | 11     | <b>■ L</b>                        |                           |                                | Umsatzwachstum           | 25           |    |  |  |
| <b>■ E</b>                   |        |                                   | Ländervertretungen        | 79                             | Umweltmanagement         | 53           |    |  |  |
| Eigenkapital                 | 43, 96 | Lagebericht                       | 82                        | Unterhaltungselektronik        | 18                       |              |    |  |  |
| Electronic Program Guide     | 73     | LCD-Technologie                   | 36                        | <b>■ V</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Ergebnis(-entwicklung)       | 1      | Liquidität                        | 52                        | Verbindlichkeiten              | 101                      |              |    |  |  |
| Ertragskraft                 | 24     | Loewe Channel                     | 72                        | Vermögens- und Finanzlage      | 40                       |              |    |  |  |
| <b>■ F</b>                   |        |                                   | <b>■ M</b>                |                                |                          |              |    |  |  |
| Finanzanlagen                | 88     | Märkte                            | 18                        | Vertriebskosten                | 28                       |              |    |  |  |
| Finanzmittelbestand          | 85     | Marktanteile                      | 20                        | Volkswirtschaftliche           |                          |              |    |  |  |
| Forschungsprojekte           | 35, 71 | Marktposition                     | 16                        | Rahmenbedingungen              | 16                       |              |    |  |  |
| <b>■ G</b>                   |        |                                   | MediaPlus Chassis         | 70                             | Vorräte                  | 42, 89, 95   |    |  |  |
| Geschäftsbereiche            | 30     | Medienkonvergenz                  | 22                        | Vorstand                       | 108                      |              |    |  |  |
| Gewinnrücklagen              | 97     | Mitarbeiter                       | 46, 103                   | <b>■ W</b>                     |                          |              |    |  |  |
| Gewinn- und Verlustrechnung  | 83     | Mitarbeiterbeteiligung            | 49                        | Wachstumsziele                 | 55                       |              |    |  |  |
| Gewinn- und Verlustrechnung, |        | Motivation                        | 48                        | Währungsumrechnung             | 87                       |              |    |  |  |
| Angaben                      | 90     | Multimedia                        | 70, 22                    | Weiterbildung                  | 47                       |              |    |  |  |
| Grundlagenentwicklung        | 51     | <b>■ N</b>                        |                           |                                | Wertschöpfungs           | 10           |    |  |  |
|                              |        |                                   | Nettoumlaufvermögen       | 45                             | <b>■ Z</b>               |              |    |  |  |
|                              |        |                                   | Nettoumsätze              | 90                             | zap2web                  | 36, 70       |    |  |  |
|                              |        |                                   |                           |                                |                          | Zinsergebnis | 29 |  |  |

## TERMINE

### VERÖFFENTLICHUNG KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2000

Montag, 22. Januar 2001

### CeBIT

22.–29. März 2001 in Hannover

### INVESTORENTAG AUF DER CeBIT

Freitag, 23. März 2001 in Hannover

### VERÖFFENTLICHUNG DES JAHRESABSCHLUSSES 2000 DES LOEWE KONZERNS

Donnerstag, 26. April 2001, 10.00 Uhr, München

### DVFA-ANALYSTENKONFERENZ

Donnerstag, 26. April 2001, 16.00 Uhr, Frankfurt

### VERÖFFENTLICHUNG KONZERNBERICHT Q1/2001

Montag, 21. Mai 2001

### 2. HAUPTVERSAMMLUNG DER LOEWE AG IM GRAND HOTEL ESPLANADE

Dienstag, 26. Juni 2001 in Berlin

### VERÖFFENTLICHUNG KONZERNBERICHT Q2/2001

Montag, 20. August 2001

### INTERNATIONALE FUNKAUSSTELLUNG

25. August – 2. September 2001 in Berlin

### VERÖFFENTLICHUNG KONZERNBERICHT Q3/2001

Donnerstag, 15. November 2001

### VERÖFFENTLICHUNG KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2001

Montag, 21. Januar 2002

## KONTAKTE

### LOEWE AG

Industriestraße 11  
D-96317 Kronach

Postfach 1554  
D-96305 Kronach

Telefon Zentrale: + 49 (0) 92 61/99-0  
Public Relations: + 49 (0) 92 61/99-217  
Investor Relations: + 49 (0) 92 61/99-771  
Telefax: + 49 (0) 92 61/99-994  
e-Mail: [loewe@loewe.de](mailto:loewe@loewe.de)  
Internet: [www.loewe.de](http://www.loewe.de)

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

Börsenhandel mit amtlicher Notierung unter  
gleichzeitiger Teilnahme im SMAX

Indizes: SDAX  
SMAX  
MSCI Morgan Stanley Capital International Small Cap  
CDAX Gesamt  
CDAX Technology

## IMPRESSUM

Herausgeber: Loewe AG, Kronach  
Fotografie: Michael Wiegmann, Köln  
Druck: Druckhaus Kirchner, Kirchlengern

**LOEWE AG**

Industriestraße 11

D-96317 Kronach

Telefon + 49 (0) 92 61/99-0

Telefax + 49 (0) 92 61/9 54 11

e-Mail [loewe@loewe.de](mailto:loewe@loewe.de)

Internet [www.loewe.de](http://www.loewe.de)