



FASZINATION MIT SYSTEM Geschäftsbericht 2002

LOEWE.

Industriestraße 11
D-96317 Kronach
www.loewe.de

Loewe Aktie:
Börsenkürzel: LOE
ISIN Code: DE 0006494107

Telefon: 0 92 61/9 99 84
e-Mail: ir@loewe.de

FASZINATION MIT SYSTEM

Geschäftsbericht 2002

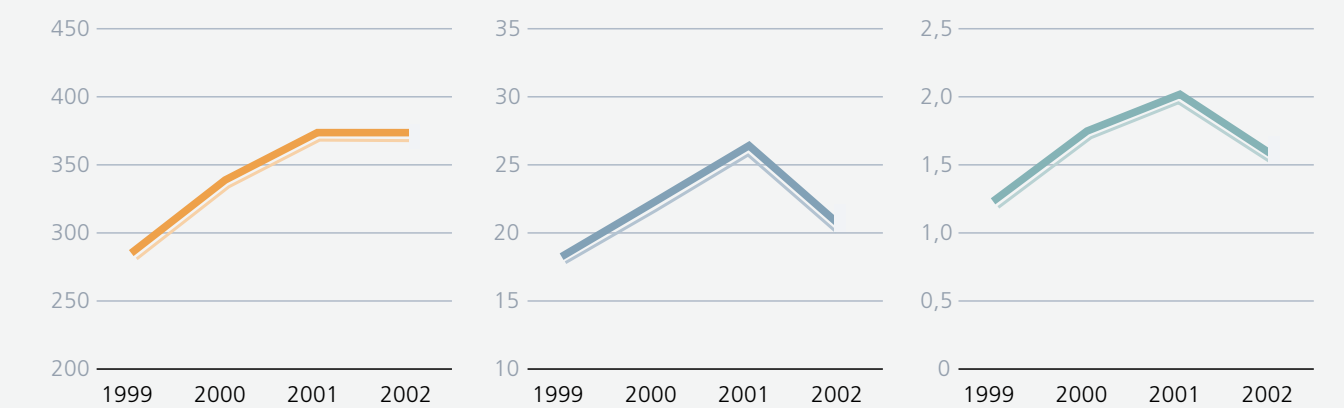
LOEWE.

LOEWE.

LOEWE KONZERN IN ZAHLEN

Mio. Euro	IAS					HGB/Pro-forma	
	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
Umsatz	385,6	392,8	363,6	309,5	283,2	236,5	227,4
Ausland	197,9	190,5	151,8	111,0	90,1	61,0	51,8
Ausland (% vom Gesamtumsatz)	51,3	48,5	41,7	35,9	31,8	25,8	22,8
Home Media Systems	376,2	372,6	339,7	284,3	251,8	205,4	197,2
Telekommunikation***	9,4	20,2	23,9	25,2	31,4	31,1	30,2
Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT)*	20,6	20,1	21,9	18,0	14,2	7,4	5,6
Home Media Systems	20,6	26,1	22,3	18,5	14,8	6,2	4,4
Telekommunikation***	0,0	- 6,0	- 0,4	- 0,5	- 0,6	1,2	1,2
Ergebnis je Aktie (Euro)**	1,52	1,45	1,70	1,16	0,88	0,50	0,34
Home Media Systems (Euro)	1,52	2,00	1,74	1,22	-	-	-
Telekommunikation (Euro)***	0,00	- 0,55	- 0,04	- 0,06	-	-	-
Dividende je Aktie (Euro)	0,85	0,85	0,85	-	-	-	-
Kennzahlen							
Eigenkapital	80,5	75,2	69,5	57,5	15,3	15,2	15,8
Capital Employed	126,9	114,0	100,9	95,2			
Rendite auf Capital Employed (%)**	8,8	9,3	11,9	5,6	1,9	- 0,3	3,0
Freier Cashflow	- 1,3	- 1,8	7,8	10,4	- 1,9	20,4	- 2,9
Home Media Systems	- 7,0	9,0	8,3	10,5			
Telekommunikation***	5,7	- 10,8	- 0,5	- 0,1			
Investitionen	26,4	25,8	23,7	18,5	16,2	16,8	10,7
Abschreibungen	21,1	22,2	18,5	16,2	16,8	10,7	110,6
Entwicklungskosten	13,3	12,0	11,7	11,3	10,6	10,0	9,4
Anzahl Mitarbeiter	1.261	1.209	1.106	1.087	1.071	1.048	1.097

* seit 1999 wird der Zinsanteil aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen in den Zinsaufwendungen ausgewiesen
 ** bis 1999 bereinigt um außerordentliche Aufwendungen einschließlich der darauf entfallenden Steuern vom Einkommen und Ertrag
 *** einzustellender Geschäftsbereich



Umsatz
Geschäftsbereich Home Media Systems
(in Mio. Euro)

EBIT
Geschäftsbereich Home Media Systems
(in Mio. Euro)

EPS
Geschäftsbereich Home Media Systems
(in Euro)

ÄGYPTEN AUSTRALIEN
 BELGIEN BULGARIEN
 DÄNEMARK DEUTSCHLAND
 ESTLAND FRANKREICH
 FRANZÖSISCH-POLYNESIEN
 GRIECHENLAND
 GROSSBRITANNIEN GUS
 HONGKONG INDIEN
 IRLAND ISLAND ISRAEL
 ITALIEN KANADA
 KOREA KROATIEN KUWAIT
 LETTLAND LIBANON
 LITAUEN LUXEMBURG
 MALAYSIA MALTA MAROKKO
 MAZEDONIEN
 MONACO NEUSEELAND
 NIEDERLANDE
 NORWEGEN ÖSTERREICH
 POLEN PORTUGAL
 SAUDI-ARABIEN SCHWEDEN
 SCHWEIZ SINGAPUR
 SLOWAKEI SLOWENIEN
 SPANIEN SÜDAFRIKA
 TSCHECHISCHE REPUBLIK
 TÜRKEI UNGARN
 USA ZYPERN

LOEWE KONZENTRIERT SICH AUF
 ANSPRUCHSVOLLE UND FORTSCHRITTLICHE LÖSUNGEN
 IN DER UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

LOEWE STEHT INTERNATIONAL FÜR
HOHE WERTIGKEIT
INNOVATIVE TECHNIK
AUSGEZEICHNETES DESIGN
 UND NUTZERFREUNDLICHE ANWENDUNG.

KONTAKTE

LOEWE AG
 Industriestraße 11
 D-96317 Kronach

Postfach 15 54
 D-96305 Kronach

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

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

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

Börsenhandel im Prime Segment

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

Neben dem Geschäftsbericht veröffentlicht Loewe vierteljährlich Zwischenberichte (mit prüferischer Durchsicht durch die Wirtschaftsprüfer), die den Konzernabschluss beinhalten. Die Quartalsberichterstattung wird durch Conference Calls mit Journalisten und Analysten ergänzt.

IMPRESSUM

Herausgeber: Loewe AG, Kronach

Gestaltung: Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln/München
 Fotografie: Günter Pfannmüller, Frankfurt
 Michael Wiegmann, Köln
 Mit freundlicher Unterstützung der Rolf Benz AG & Co. KG, Nagold;
 Sofa: Rolf Benz EGO, S. 84/85

Bildnachweis: artur architekturbilder agentur GmbH, Köln/Jochen Helle
 Deutsches Filminstitut – DIF, Frankfurt, S. 71
 Kai-Uwe Gundlach, Hamburg
 Roland Halbe, Stuttgart
 laif, photonica

Druck: Druckhaus Kirchner, Kirchlengern

LOEWE 2002: FASZINATION MIT SYSTEM.

Strategische Ziele	2
Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	4
Bericht des Aufsichtsrats	8
Jahreschronik	10
Die Loewe Aktie	12

Management Report 20

Marketing und Vertrieb	62
Effiziente Markenführung	62
Innovationen mit System	64
Initiativen für die Handelspartner	67

Technik und Entwicklung	74
Vom Produkt zum System	74
LCD-TV und digitales Fernsehen	77
Design	81

Konzernabschluss und Anhang	86
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	86
Konzernbilanz	87
Konzern-Kapitalflussrechnung	88
Konzernabschluss, Anhang	90
Organe und Mandate	116

Konzerntestat	120
Stichwortverzeichnis	121
Home Multimedia Internet Lexikon	122
Termine	124
Kontakte	125
Impressum	125

STRATEGISCHE ZIELE LOEWE GRUPPE

„WIR ENTWICKELN LOEWE VOM HERSTELLER
KLASSISCHER FERNSEHGERÄTE ZUM
INTERNATIONALEN ANBIETER VON SYSTEMLÖSUNGEN
MIT INNOVATIVEN, FLACHEN DISPLAYTECHNOLOGIEN.“

PROFITABLES WACHSTUM

- Konsequente High-End-Positionierung der Produkte
- Höhere Preisprämien
- Verstärktes Auslandswachstum
- Wirtschaftliche Losgrößen in der Produktion

INTERNATIONALE PREMIUMMARKE

- Steigerung der Markenbekanntheit, -profilierung und -wertigkeit in unseren Zielgruppen und gegenüber dem Wettbewerb
- Preisprämie zum durchschnittlichen Marktpreis ausbauen
- Ausbau des eigenständigen und ausgezeichneten Loewe Designs

INTERNATIONALISIERUNG DES UNTERNEHMENS

- Marktpotenziale in europäischen Kernländern durch verstärktes finanzielles und personelles Investment konsequent ausschöpfen
- Erschließen neuer internationaler Märkte
- Internationale Ausrichtung aller Unternehmensbereiche und -prozesse
- Aufbau und Entwicklung eines profitablen Business in den USA

SYSTEMANBIETER

- Anteil der hochwertigen Systemlösungen im Produktsortiment erhöhen

FLAT DISPLAY COMPANY

- Gezielter Ausbau von Produkten mit neuen Displaytechnologien

QUALITÄTSVERBESSERUNG MIT LOEWE EXCELLENCE

- Sicherung und Verbesserung der Qualität unserer Arbeit
- Unsere Unternehmensprozesse werden gemanagt, gemessen und kontinuierlich verbessert
- Durchgehende Kundenorientierung in allen Bereichen

STRATEGISCHE ALLIANZEN

- Weiterer Ausbau des Partnernetzwerks in Form von strategischen Allianzen



DR. RAINER HECKER



DR. BURKHARD BAMBERGER



THOMAS BENDER



GERHARD SCHAAS



DAS JAHR 2002 WAR FÜR LOEWE EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG,

DER WIR GEMEINSAM MIT ERFAHRUNG UND INNOVATIONSKRAFT BEGEGNETEN.

Dr. Rainer Hecker

Dipl.-Wirtschaftsingenieur. Vorsitzender des Vorstands.
Verantwortlich für Strategie und Dienstleistungen.
Seit 1982 bei Loewe.

Dr. Burkhard Bamberger

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

Thomas Bender

Volkswirt (M.A.). Verantwortlich für Marketing und Vertrieb.
Seit 2001 bei Loewe.

Gerhard Schaas

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

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Das Jahr 2002 war für den Loewe Konzern ein Jahr des Übergangs. Trotz großer konjunktureller Schwächen in der gesamten Weltwirtschaft hat sich Loewe behauptet und in den strategischen Wachstumssegmenten des Unterhaltungselektronikmarktes gut positioniert. Die Internationalisierung ist erneut deutlich vorangekommen und viele Kunden haben sich für die Premium-Marke Loewe begeistert. Das Unternehmen Loewe entwickelt sich vom Hersteller klassischer Unterhaltungselektronik zum internationalen Anbieter von hochwertigen Systemlösungen mit Flachbild-TV-Technologie. Wir werden daher an den Chancen, die der sich schnell wandelnde Weltmarkt mit seinen hochattraktiven Nischen für Home Multimedia und Home Cinema bietet, an vorderer Stelle teilnehmen.

Bei einem Umsatz von 376,2 Mio. Euro im Kerngeschäft Home Media Systems wurde ein Konzernergebnis in Höhe von 20,6 Mio. Euro erzielt. Das Ergebnis je Aktie beträgt 1,52 Euro. Mit deutlich über den Abschreibungen liegenden Investitionen in Höhe von 26,4 Mio. Euro und einer Eigenkapitalquote von 38 % präsentiert sich der Loewe Konzern in solider finanzieller Verfassung.

Der wesentliche Grund für das Nichterreichen der Ziele bei Umsatz und Ergebnis war das stärker als erwartete Wachstum von Fernsehern mit Real-Flat-Bildröhren im europäischen Raum. Aufgrund des in 2002 noch nicht kompletten Loewe Real-Flat-Produktprogramms, insbesondere im mittleren Preissegment, konnte Loewe an dem dynamischen Marktwachstum von Real-Flat-Geräten nicht in vollem Umfang teilnehmen. Da hier zugleich von den Wettbewerbern bereits eine sehr preisaggressive Vermarktung erfolgte, hat Loewe sehr bewusst auf diesen nicht profitablen Umsatz verzichtet. Damit konnten trotz stark rückläufiger Marktpreise die wesentlichen Preispunkte von Loewe unverändert beibehalten werden.

In den hochwertigen Wachstumssegmenten des TV-Marktes in Europa, wie 100-Hz-Technologie, Bildschirmgrößen über 72 cm und Home Cinema, ist Loewe weiterhin deutlich besser als im Gesamtmarkt positioniert. Diese Marktstellung gilt es mit weiteren attraktiven TV-Produktfamilien in 2003 auszubauen.

Das Ergebnis des Loewe Konzerns liegt hauptsächlich aufgrund fehlender Erlöse aus der geplanten Volumenausweitung und der Anlaufverluste im USA-Geschäft nur leicht über Vorjahr. Neben der weiteren Stärkung der Finanzkraft des Konzerns durch eine Rücklagendotierung in Höhe von 5 Mio. Euro wird es wieder einen Dividendenvorschlag für die Aktionäre in Höhe von 0,85 Euro je Aktie, wie in den beiden zurückliegenden Jahren, geben.

Loewe hat dennoch in 2002 seine Position auf den internationalen Märkten gestärkt. Seit Januar 2002 vermarktet die US-Tochtergesellschaft speziell für den nordamerikanischen Markt entwickelte High-End-Produkte für anspruchsvolle US-Konsumenten über ein mehr als 400 Händler umfassendes Partnernetz des spezialisierten Fachhandels. Mit der erfolgten Übernahme des Loewe Vertriebspartners in Frankreich Mitte 2002 haben wir eine weitere Vertriebs-Tochtergesellschaft gegründet. Die Absatzerfolge auf diesem sehr wichtigen europäischen Markt in 2002 belegen die Richtigkeit dieser strategischen Entscheidung. Mit der Übernahme des italienischen Distributionspartners seit April 2003 wird die Internationalisierung des Unternehmens Loewe weiter erfolgreich fortgesetzt.

Im Bereich der Produkteinführungen war das Jahr 2002 geprägt durch die Vorstellung der neuen Audio-Anlage Certos und dem aus der Zusammenarbeit mit Bose entstandenen Subwoofer-Satelliten-System Concertos. Hier ist in überzeugender Weise die Verschmelzung von TV, Audio und Internet zu einem einzigartigen Home Cinema System gelungen, ob mit dem Real-Flat-Bildröhrengerät Articos oder mit der Einbindung des flachen Spheros-42-Plasma-Bildschirms.

Die im März 2003 erstmals präsentierte TV-Produktfamilie Mimo wendet sich an attraktive Käuferzielgruppen. Mit dem voll integrierbaren Digital-TV-Aufrüstsatz wird Mimo dabei zum Entertainment-Allrounder, der neben digitalen TV- und Radioprogrammen via Satellit auch Pay-TV-Sender wie Premiere empfangen und entschlüsseln kann.

Die zahlreichen Produktneueinführungen in 2003, zu denen auch hochauflösende digitale Plasma Flachbildschirm- und Rückprojektions-TV-Geräte für Europa und USA gehören, werden gefördert durch eine umfassende internationale Marketing-Kampagne.

Trotzdem wird das Jahr 2003 für Loewe bei Umsatz und Ertrag voraussichtlich kein weiteres Wachstum bringen. Zu schwer wiegen hier die gesamtwirtschaftlichen Schwierigkeiten, die ausgeprägte Kaufzurückhaltung der europäischen Konsumenten und das fehlende Vertrauen in einen deutlichen konjunkturellen Wachstumsschub. Die wirtschaftliche Entwicklung bei Loewe im ersten Halbjahr 2003 ist von diesen Faktoren geprägt. Außerdem fehlen Impulse, beispielsweise durch sportliche Großereignisse wie noch im Vorjahr. Erst die Internationale Funkausstellung (IFA) Ende August 2003 soll hier wieder für eine deutliche Belebung sorgen.

Auch in 2003 wird Loewe das Wachstum im Ausland forcieren. Internationale Partnerschaften, die Steigerung der Markenbekanntheit und -profilierung, sowie die konsequente High-End-Positionierung der Produkte mit attraktiven Preisprämien werden dazu beitragen, die Loewe Position im hart umkämpften Wettbewerbsumfeld schrittweise auszubauen. Ausgehend von der soliden finanziellen Basis des Unternehmens werden wir uns mit unseren motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf die Kernkompetenzen des flexiblen mittelständischen Unternehmens konzentrieren. Die innovative Technik der Loewe Produkte und ihr ausgezeichnetes Design werden die Basis für die weitere positive Entwicklung des Loewe Konzerns sein.

Wir wünschen uns, dass Sie uns auf diesem Weg weiterhin begleiten.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

LOEWE IM SCHWIERIGEN UMFELD 2002 BEHAUPTET



**PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER,
VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS**

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRINNEN UND AKTIONÄRE,

der Loewe Konzern hat sich in dem generell schwierigen Geschäftsjahr 2002 im Vergleich zum Vorjahr behauptet, jedoch die höher gesteckten Ziele bei Umsatz und Ergebniszuwachs nicht erreicht. Das von wenig Wachstum geprägte wirtschaftliche Umfeld sowie eine erst in diesem Jahr geschlossene Sortimentslücke bei den Real-Flat-Fernsehgeräten haben im Wesentlichen zu dieser Entwicklung geführt.

Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsentwicklung, wie sie in dem vorliegenden Jahres- und Konzernabschluss zum 31. 12. 2002 dokumentiert wird, anhand der regelmäßigen und umfassenden Berichterstattung des Vorstands zeitnah verfolgt.

Im Rahmen der ihm nach Gesetz und Satzung sowie unter Einbeziehung der Grundsätze des Deutschen Corporate Governance Kodex obliegenden Aufgaben hat der Aufsichtsrat die Geschäftsführung der Gesellschaft und die Konzernführung durch den Vorstand der AG laufend überwacht und begleitend beraten. Wesentliche Punkte der Beratung des Aufsichtsrats waren die Auswirkungen des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds auf das Unternehmen, die Produktpolitik, die Aussichten der neu gegründeten Tochtergesellschaft in den USA sowie die Weiterentwicklung der Corporate Governance Grundsätze bei Loewe.

Der Aufsichtsrat hat sich vom Vorstand regelmäßig und eingehend über den Gang der Geschäfte sowie über die wirtschaftliche Lage und Entwicklung der Gesellschaft und ihres Konzerns sowie über bedeutsame Geschäfte und Maßnahmen unterrichten lassen und diese Berichte mit dem Vorstand erörtert. Zwischen den Sitzungsterminen berichtete der Vorstand monatlich schriftlich über Umsatz, Ergebnis, Finanzsituation und wesentliche Vorgänge.

Der Aufsichtsratsvorsitzende hat außerhalb der Sitzungen mit dem Vorstand in laufendem Kontakt gestanden und Fragen der geschäftspolitischen Ausrichtung, der Strategieumsetzung sowie wichtige Einzelvorgänge und Fragen der Besetzung von Führungspositionen besprochen.

Im Berichtszeitraum fanden vier Aufsichtsratssitzungen statt. Der Personalausschuss des Aufsichtsrats tagte einmal. In den Aufsichtsratssitzungen wurden turnusmäßig die bisherige und die voraussichtliche Geschäftsentwicklung des Loewe Konzerns und seiner Unternehmen erörtert.

Im Mittelpunkt der Sitzung am 16. 04. 2002 standen der Jahres- und Konzernabschluss zum 31. 12. 2001 mit den dazugehörigen Lageberichten sowie deren Prüfung. Die Sitzung diente auch der Vorbereitung der Hauptversammlung der Gesellschaft. An der Sitzung nahmen die gewählten Abschlussprüfer teil und standen dem Aufsichtsrat bei der Beantwortung ergänzender Fragen zur Verfügung. Ferner wurde die Neuordnung der Vertriebsaktivitäten in Frankreich verabschiedet.

In der Sitzung am 25. 06. 2002 wurden u. a. die Entwicklung des USA-Geschäfts sowie die Auswirkungen des Deutschen Corporate Governance Kodex intensiv diskutiert.

In der Sitzung am 10. 09. 2002 wurde u. a. eine Informationsordnung für den Vorstand beschlossen, ein Prüfungsausschuss bestellt und die Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex gemeinsam von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet.

In der Sitzung am 10. 12. 2002 wurden insbesondere die Auswirkungen des allgemein rückläufigen Konsums auf das Geschäft von Loewe besprochen. Gegenstand der Beratung war ferner die strategische Ausrichtung von Loewe sowie die Verabschiedung des Budgets 2003.

Ein Mitglied des Aufsichtsrats hat an drei Aufsichtsratssitzungen wegen anderweitiger Verpflichtungen nicht teilgenommen.

Der Vorstand hat den Jahresabschluss der Gesellschaft zum 31. 12. 2002 und den Lagebericht für das Geschäftsjahr 2002 nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes erstellt. Der Konzernabschluss wurde gemäß § 292a HGB auf der Grundlage der International Accounting Standards (IAS) aufgestellt. Außerdem wurde ein Konzernlagebericht erstellt.

Die Rechnungslegungsunterlagen der Loewe AG und ihres Konzerns sind von dem durch die Hauptversammlung am 26. 06. 2002 bestellten Abschlussprüfer geprüft worden. Der Abschlussprüfer hat den Jahresabschluss und den Lagebericht der Gesellschaft sowie ihren Konzernabschluss und Konzernlagebericht jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats hat sich in seiner Sitzung am 25. 03. 2003 in Anwesenheit der Abschlussprüfer eingehend mit den Unterlagen für die Jahresabschlüsse der Loewe AG und ihres Konzerns, deren Prüfung durch den Abschlussprüfer, sowie dem Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns befasst.

Jahresabschluss und Lagebericht, Konzernabschluss und Konzernlagebericht sowie der Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns und die Berichte des Abschlussprüfers sind allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vor der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 11. 04. 2003 ausgehändigt worden. An dieser Bilanzsitzung haben die Abschlussprüfer teilgenommen und über wesentliche Ergebnisse und Schwerpunkte der Prüfung berichtet und ergänzende Fragen des Aufsichtsrats beantwortet. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses berichtete über die Tätigkeit des Ausschusses und über dessen Schlussfolgerungen für Jahres- und Konzernabschluss.

Nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung der genannten Unterlagen hat sich der Aufsichtsrat den Prüfungsergebnissen der Abschlussprüfer angeschlossen. Er hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss zum 31. 12. 2002 gebilligt, der damit festgestellt ist. Ebenso wurden der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht vom Aufsichtsrat gebilligt.

Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstands an, aus dem Bilanzgewinn in Höhe von 6.277.151,85 Euro eine Ausschüttung in Höhe von 0,85 Euro je Inhaberstückaktie der Loewe AG vorzunehmen und 177.041,85 Euro auf neue Rechnung vorzutragen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Arbeit und ihr Engagement im Geschäftsjahr 2002, das hohe Anforderungen an ihre Flexibilität und Einsatzbereitschaft stellte.

Mit Wirkung vom 31. 03. 2003 hat Herr Guido Alt sein Aufsichtsratsmandat niedergelegt, da ihn anderweitige Pflichten zeitlich zu sehr beanspruchen. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Alt für seine Mitwirkung. Aufsichtsrat und Vorstand werden der Hauptversammlung am 25. 06. 2003 eine geeignete Persönlichkeit zur Wahl in den Aufsichtsrat vorschlagen.

Kronach, 11. April 2003

Prof. Dr. Eberhard Scheffler, Vorsitzender des Aufsichtsrats

PLYMOUTH / MASSACHUSETTS

Loewe Opta, Inc. nimmt die Arbeit auf: Die neue Tochtergesellschaft vermarktet besonders großformatige Fernsehgeräte und Home-Cinema-Systeme für den amerikanischen Markt.

LAS VEGAS

Fernsehgeräte wie der Plasma-TV Spheros und die neue Produktlinie „Systems“ mit Fernseher, DVD-Player und Hi-Fi-Anlage präsentierte Loewe während der Consumer Electronics Show (CES) in Las Vegas.

HANNOVER

Das Fernsehgerät als Zentrale im elektronisch vernetzten Haus zeigte Loewe während der Computermesse CeBIT in Hannover. Licht, Jalousien oder Alarmanlage lassen sich über die Fernbedienung des TV-Gerätes steuern – ganz bequem vom Sofa aus. Das Loewe Messe-Wohnzimmer war beliebter Mittelpunkt vieler Fernsehbeiträge vom Messegelände; u. a. bei ARD, ZDF, RTL und SAT 1.

HANNOVER

Gleich sieben Loewe Produkte wurden mit dem iF-Siegel für exzellentes Industriedesign ausgezeichnet. Unter anderem erhielt die komplette Produktlinie „Systems“ das iF-Prädikat.

WARSCHAU

Seit März 2002 hat Loewe einen neuen Vertriebspartner in Polen: DSV Trading SA. DSV Trading ist eine der führenden polnischen Vertriebsgesellschaften für Consumer Electronics und hat beispielsweise die Premiummarke Bose erfolgreich im polnischen Markt eingeführt.

KRONACH

Im Auftrag der Loewe AG ist in Kronach die weltweit erste Videokulptur entstanden, die dauerhaft unter freiem Himmel steht. Der renommierte italienische Künstler Fabrizio Plessi hat den zehn Meter hohen Videoturm „Waterfire“ entworfen. Er zeigt einen elektronischen Wasserfall auf der einen und eine digital produzierte Feuersäule auf der anderen Seite.

MÜNCHEN

Die Loewe AG blickt während der Hauptversammlung auf das Geschäftsjahr 2001 zurück, in dem sie ihre Position als international erfolgreicher Premiumanbieter der Consumer Electronics weiter ausbauen konnte.

STRASBOURG

Loewe übernimmt die Anteile des bisherigen Vertriebspartners in Frankreich, der Sorep Import S.A./Strasbourg. Sorep verkauft seit fünf Jahren das Loewe Sortiment in Frankreich. Die erfolgreiche und profitable Aufbauarbeit in diesem wichtigen Markt wird jetzt in direkter Verantwortung von Loewe weiter ausgebaut – ein Meilenstein in der Internationalisierungsstrategie des Unternehmens.

WOLKENBURG

Loewe überreicht eine Spende an die sächsische Kreisstadt Limbach-Oberfrohna, deren Stadtteil Wolkenburg besonders von der Hochwasserkatastrophe im August betroffen war. In Wolkenburg wurde gegen Kriegsende ein so genanntes Verlagerungswerk von Loewe eingerichtet.

MÜNCHEN

Loewe wird mit dem Deutschen Marketing Preis 2002 ausgezeichnet. Der Preis ist die höchste Anerkennung des deutschen Marketings und wird jährlich nur an ein einziges Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung vergeben. Der Deutsche Marketing Verband prämiert damit eine Marketingleistung, die über Jahre auch zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg geführt hat.

KRONACH

Der erweiterte Loewe Channel geht online: Der Informationsdienst für alle Loewe Internet-Fernsehgeräte wurde in Zusammenarbeit mit namhaften Inhalteanbietern wie der Deutschen Presse-Agentur (dpa) wesentlich erweitert. Die neue TV-Gerätfamilie Aventos kommt auf den Markt. Der Aventos ermöglicht einen interessanten Einstieg in die faszinierende Welt der Real-Flatline-Technologie. Loewe bringt mit dem Spheros 20 einen Fernseher mit superflachem LCD-Bildschirm sowie integriertem Radio und Weckfunktionen. Er ist eines der ersten in Europa entwickelten und produzierten LCD-Geräte.

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

2002

Juli

August

September

Oktober

November

Dezember

**BAYREUTH**

Loewe veranstaltet zusammen mit der Regierung von Oberfranken und der Bamberger Bi-Log AG den Regionalwettbewerb „Jugend forscht“ für Oberfranken. Der Wettbewerb gehört vom Start weg zu den größten und erfolgreichsten Regionalwettbewerben in Deutschland. Zwei Loewe Azubis erhielten den Sonderpreis „Software-Systemtechnik“ in der Kategorie Arbeitswelt.

MÜNCHEN

Loewe meldet neben planmäßigen Ergebnis- und Umsatzsteigerungen bei der Bilanzpressekonferenz in München vor allem eine zunehmende internationale Expansion des Geschäftes.

KRONACH

Mit einer Investitionssumme von 500.000 Euro baut Loewe eine neue Messhalle am Entwicklungsgebäude. Sie dient zur Messung der elektromagnetischen Verträglichkeit der TV-Geräte und hat eine Nutzfläche von 195 Quadratmetern.

BERLIN / MÜNCHEN / STUTTGART / HAMBURG

Loewe präsentiert in den Loewe Galerien die neue Premiumproduktlinie „Systems“. Ob Fernsehgeräte, DVD-Player oder Hi-Fi-Anlage: Alle Komponenten von „Systems“ harmonisieren perfekt in Technik und Design. Begleitet wurde die Markteinführung von der Kampagne „Loewe World Experience“, bei der Weltmusik aus Mali, China und Brasilien in den Galerien erklang.

BERLIN

Loewe zeigt auf der Kongressmesse e/home in Berlin Perspektiven für das elektronisch vernetzte Haus. Zusammen mit Siemens präsentierte Loewe erstmals die Verbindung von Fernseher und Waschmaschine – für den Kunden ein erheblicher Zugewinn an Komfort. Voraussetzung für diese Vernetzung sind Geräte mit integriertem Online-Zugang – bei Siemens und Loewe elementarer Bestandteil der Produktpalette.

JENA / KRONACH

Loewe macht in Kooperation mit Carl Zeiss Jena hochauflösende Rückprojektions-Fernsehgeräte serienreif. Ziel des Partnerschaftsprojektes ist die Entwicklung eines digitalen, großformatigen Rückprojektions-TV. Die DLP(Digital Light Processing)-Technologie von Carl Zeiss bietet gegenüber herkömmlicher Fernsehertechnik den Vorteil großer Bilddiagonalen mit Geräten, die deutlich flacher und leichter sind. Die neuen Fernsehgeräte verfügen über High-Definition-Auflösung. Damit können sowohl digital ausgestrahlte Fernsehsendungen optimal genutzt, als auch Internet-Inhalte und hochauflösende Digitalfotos im größten Format (140 Zentimeter Bilddiagonale) und in bester Qualität wiedergegeben werden.

CHICAGO

Loewe erhält den Good Design Award. Das Museum of Architecture and Design in Chicago hat die Gestaltung des Fernsehgerätes Aconda als vorbildlich ausgezeichnet. Der Good Design Award ist eine der ältesten und bedeutendsten Design-Auszeichnungen weltweit. Die Jury erhielt Bewerbungen aus über 40 Ländern. Über 180 Produkte – vom Flugzeug bis zur Büroklammer – wurden bewertet.

DIE LOEWE AKTIE.

- STABILE KURSENTWICKLUNG IM ERSTEN HALBJAHR 2002, DANACH STARKER KURSrückGANG
- COVERAGE FÜR DIE AKTIE WEITER AUSGEBAUT
- IM SOG DER INSTABILEN KAPITALMÄRKTE WEITERER KURSrückGANG ANFANG 2003

Stabiler Loewe Kurs im ersten Halbjahr

KURSENTWICKLUNG

Von Januar 2002 bis April 2002 konnte sich die Loewe Aktie weiterhin dem negativen Trend des deutschen Kapitalmarkts entziehen. Nach der Veröffentlichung der Key Figures am 21. 01. 2002 gab es zahlreiche Kaufempfehlungen renommierter Analysten und entsprechende Nachfrage nach der Aktie aufgrund von Roadshow-Aktivitäten in Deutschland und erstmals in Skandinavien. Der Aktienkurs bewegte sich auf einem Niveau um 30 Euro.

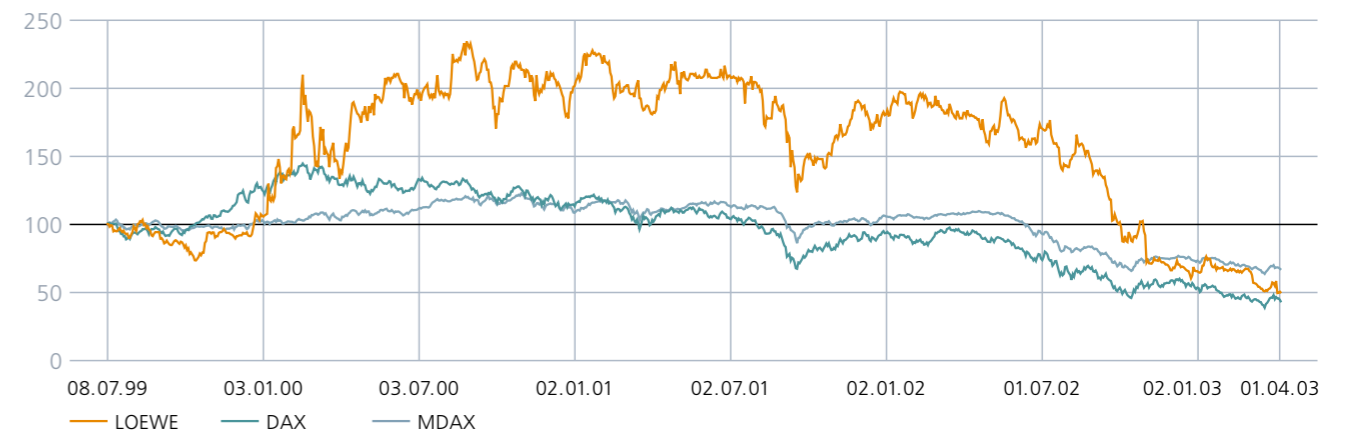
Zur Bilanzpressekonferenz am 25. 04. 2002 wurde eine Vergleichsstudie zu Loewe und einem Konkurrenten veröffentlicht, die der Loewe Aktie nur noch geringes Kurspotenzial zubilligte. Der Aktienkurs bewegte sich dann bis zur Veröffentlichung des Quartalsberichts im Mai 2002 auf einem Niveau von 25 Euro. Das starke erste Quartal 2002 und die Aussicht auf ein im Plan liegendes erstes Halbjahr 2002 des Loewe Geschäfts sowie die Erstaufnahme von Coverage durch das renommierte Bankhaus Crédit Agricole CAI Cheuvreux haben der Loewe Aktie ab Mitte Mai bei hohen Umsätzen nochmals Auftrieb auf ein Kursniveau von wiederum knapp 30 Euro gegeben.

Nach der Hauptversammlung im Juni 2002 gab der Kurs bis zur Veröffentlichung des Halbjahresberichts Mitte August 2002 wieder nach, jedoch deutlich geringer als der parallele Rückgang der Kapitalmärkte in dieser Zeit. Deutlich zurückgenommene Konjunkturprognosen, ein in den Monaten August und September 2002 erkennbares abgeschwächtes Konsumverhalten sowie die generelle Kaufzurückhaltung der Verbraucher vor der Bundestagswahl ließen den Deutschen Aktienindex bis zum 30. 09. 2002 bis auf ein Niveau von unter 3000 Punkten nochmals deutlich fallen.

Die Unsicherheit der Investoren und Analysten hinsichtlich der Widerstandsfähigkeit des Loewe Geschäfts in einem konjunkturell schwachen Konsumumfeld führte dann auch in der Folge zu deutlichen Kursrückgängen bei der Loewe Aktie. Nachdem auch das Emissionspreisniveau von 18 Euro unterschritten wurde, ging es bis Mitte Oktober 2002 auf ein Niveau von 15 Euro rapide abwärts. Mit der Veröffentlichung der Gewinnwarnung am 25. Oktober 2002 gab der Aktienkurs nochmals 20% nach.



Kursentwicklung der Loewe Aktie – indiziert mit DAX und MDAX – vom 01.01.2002 bis zum 01.04.2003 (Frankfurt)



Kursentwicklung der Loewe Aktie – indiziert mit DAX und MDAX – vom 08.07.1999 (Erstnotiz) bis zum 01.04.2003 (XETRA)

Die dann folgenden Wochen bis zum Jahresende waren geprägt von sehr hohen Tagesumsätzen bei der Loewe Aktie und einem weitestgehend stabilen Kursniveau von 11 Euro. Mehrere Analysten hatten zwischenzeitlich ihre frühere Kaufempfehlung in Halten geändert, ein Bankhaus hat die Loewe Aktie auch zum Verkauf empfohlen. Mit der Veröffentlichung der Key Figures 2002 am 20. 01. 2003 konnten die reduzierten Umsatz- und Ergebnisermwartungen für das Geschäftsjahr 2002 vollumfänglich bestätigt werden. Ein leicht über dem Vorjahr liegendes Konzernergebnis und gleich gebliebener Umsatz im Geschäftsbereich Home Media Systems lagen im Konsensus der Analystenerwartungen. Parallel dazu gab jedoch die Deutsche Börse bekannt, dass in dem zukünftig von 70 auf 50 Unternehmen verkleinerten MDAX die Loewe Aktie keine Berücksichtigung mehr finden würde. Diese Tatsache und eine im Februar 2003 veröffentlichte neue Studie zu Loewe, mit einer weiteren Verkaufsempfehlung, ließen das Kursniveau nochmals auf 9 Euro abrutschen. Bei Betrachtung einer Peer Group vergleichbarer börsennotierter Unternehmen, die hochwertige Konsumprodukte herstellen und vertreiben, sowie unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Deutsche Aktienindex seit Jahresbeginn 2003 nochmals über 20% verloren hat, kam diese Kursentwicklung der Loewe Aktie nicht überraschend.

Am 26. März 2003 veröffentlichte Loewe eine Ad-hoc-Mitteilung zur Neuorganisation des Italien-Geschäfts, der wirtschaftlichen Entwicklung im ersten Quartal und zum geänderten Ausblick für das Gesamtjahr 2003. Bei wiederum sehr hohen Umsätzen in der Loewe Aktie gab der Kurs daruffhin nochmals ca. 10 % nach.

EIGENTÜMERSTRUKTUR

Die Aktionärsstruktur der Loewe AG ist nach wie vor von einem hohen Free-Float-Anteil von ca. 64 % des Kapitals geprägt. Zur Hauptversammlung im Juni 2002 lagen Anmeldungen von ca. 20.000 inländischen Aktiendepots vor. Das Management hält 26 % der Aktien. 10 % liegen fest bei der britischen Gesellschaft 3i. Darüber hinaus sind der Loewe AG keine Meldungen über einen Anteilsbesitz von 5 % oder darüber zugegangen. Mehrere große europäische Investmentfonds halten Loewe Aktien.

INVESTOR-RELATIONS-ZIELE

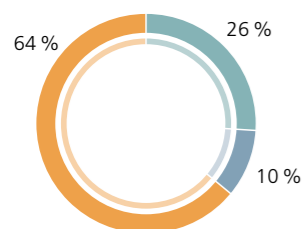
Auch im Jahr 2003 wird die Loewe AG wieder auf zahlreichen Veranstaltungen und Konferenzen präsentieren. Roadshows sind für wichtige europäische Börsenplätze vorgesehen. Mit der neuen Zusammensetzung der Indizes ist die Loewe Aktie seit 25. März 2003 im Prime Segment im SDAX notiert. Ziel ist es, die bestehende hochwertige Coverage für die Loewe Aktie weitestmöglich zu erhalten.

AKTIENUMSÄTZE

Die Loewe Aktie wird in allen deutschen Börsenplätzen und im Computerhandel Xetra börsentäglich aktiv gehandelt. An der Frankfurter Börse und im Xetra sind die Umsätze am stärksten, danach folgen München und Düsseldorf. Betreuer (Designated Sponsor) ist die Crédit Suisse First Boston. Der durchschnittliche tägliche Aktienumsatz lag in 2002 über 20.000 Aktien.

DIVIDENDENVORSCHLAG 2002

Der Hauptversammlung am 25. 06. 2003 in München wird vorgeschlagen, für das Geschäftsjahr 2002 eine unveränderte Dividende von 0,85 Euro je Aktie auszuschütten. Die Tagesordnung wird ab 14. Mai 2003 auch im Internet unter www.loewe.de veröffentlicht.



- Free Float
- Management
- 3i Group

**Eigentümerstruktur
in Prozent**

CORPORATE GOVERNANCE

Die Loewe AG hat bereits im Geschäftsbericht 2001 Grundsätze über das vertrauensvolle Zusammenarbeiten von Vorstand und Aufsichtsrat veröffentlicht. Seit ihrer Gründung hat die Loewe AG Geschäftsordnungen für den Aufsichtsrat, den Vorstand und die Geschäftsführung der wichtigsten Tochtergesellschaft. Darin sind u. a. zustimmungspflichtige Geschäfte und die generelle Verpflichtung des Vorstands festgelegt, in allen wichtigen die Unternehmensinteressen berührenden Entscheidungen die Zustimmung des Aufsichtsrats einzuholen.

Der Loewe Konzern ist einer verantwortungsvollen, fairen und transparenten Unternehmenspolitik verpflichtet, um eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts im Interesse der Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und unter Berücksichtigung der Belange der Umwelt zu erreichen. Die Loewe Corporate Governance Grundsätze sind elementarer Bestandteil dieses Selbstverständnisses.

Direkt im Anschluss an das In-Kraft-Treten des Transparenz- und Publizitätsgesetzes zum 01. 07. 2002 und des damit wirksam gewordenen Deutschen Corporate Governance Kodex haben Vorstand und Aufsichtsrat der Loewe AG die notwendigen Umsetzungsbeschlüsse verabschiedet und die Loewe eigenen Grundsätze, soweit notwendig, an den Kodex angepasst. Bereits im Neun-Monats-Bericht des Loewe Konzerns zum 30. 09. 2002 ist die so genannte Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG veröffentlicht.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG

Gemäß § 161 AktG müssen Vorstand und Aufsichtsrat einer börsennotierten Gesellschaft jährlich erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird oder welche Empfehlungen nicht angewendet wurden oder werden. Die Erklärung ist den Aktionären dauerhaft zugänglich zu machen.

Die Loewe Corporate Governance Grundsätze sind im Internet seit dem 11. Dezember 2002 auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht (loewe.de/IR Aktie/Corporate Governance).

Vorstand und Aufsichtsrat der Loewe AG haben gemäß § 15 EG AktG für das Geschäftsjahr 2002 folgende Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG abgegeben:

„Den Empfehlungen der ‚Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex‘ in der Fassung der amtlichen Veröffentlichung im elektronischen Bundesanzeiger wird mit Ausnahme der Empfehlung zu Ziffer 7.1.2, Satz 2, 1. Halbsatz (Veröffentlichung des Konzernabschlusses binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende) entsprochen. Im Interesse der Qualität der Loewe Rechnungslegung wird die Gesellschaft die Offenlegung ihres Konzernabschlusses zum 31. 12. 2002 innerhalb von 4 Wochen nach dem 31. 03. 2003 vornehmen. Es ist aus heutiger Sicht davon auszugehen, dass im Jahre 2004 der Konzernabschluss innerhalb der 90-Tage-Frist veröffentlicht wird.“

**Corporate Governance
ist Bestandteil der
Loewe Unternehmens-
philosophie**

**Entsprechenserklärung
im September von Vor-
stand und Aufsichtsrat
abgegeben**

AUFSICHTSRAT

Der Aufsichtsrat der Loewe AG umfasst sechs Mitglieder. Diese sind von der Hauptversammlung im Jahr 2001 für fünf Jahre gewählt. Für die Mitglieder des Aufsichtsrats gilt eine Altersgrenze von 70 Jahren. Die Vergütung des Aufsichtsrats wurde anlässlich der satzungändernden Beschlüsse der Hauptversammlung im Juni 2002 hinsichtlich eines fixen und variablen Anteils neu festgelegt. Bezugsgröße für den variablen Anteil ist dabei das Erreichen bzw. Übersteigen eines aus dem jeweiligen Konzernergebnis zum 31.12. jeden Geschäftsjahres abgeleiteten Ergebnisses je Aktie. Die für den Aufsichtsrat bestehende D&O-Versicherung enthält einen angemessenen Selbstbehalt in Höhe von 50 % der jeweiligen Aufsichtsratsantiente.

VORSTAND

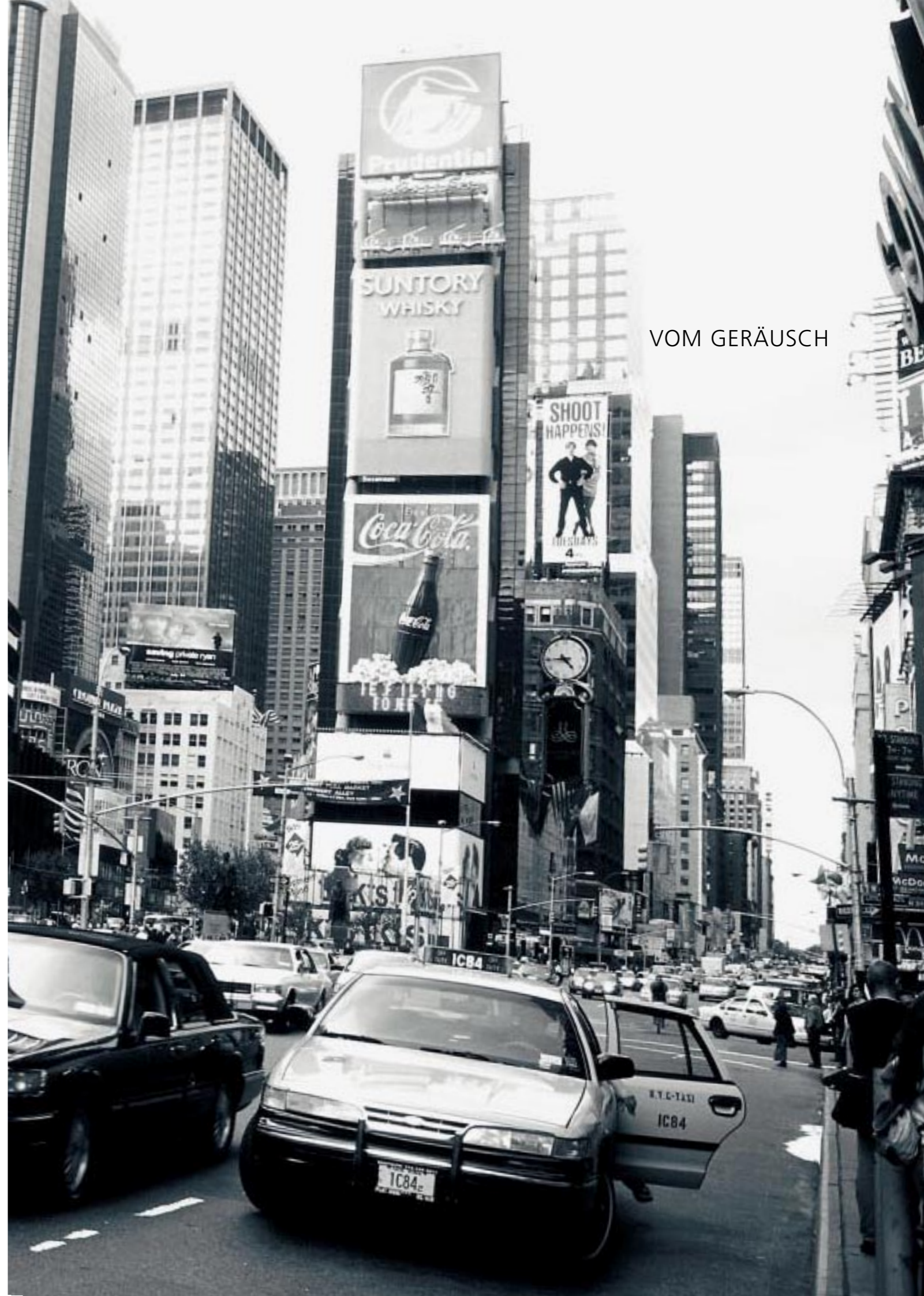
Der Vorstand der Loewe AG besteht aus vier Mitgliedern. Für die Mitglieder des Vorstands gilt eine Altersgrenze von 65 Jahren. Die bestehende D&O-Versicherung enthält einen angemessenen Selbstbehalt in Höhe von 25 % der fixen Jahresbezüge eines Vorstandsmitglieds. Die vom Aufsichtsrat verabschiedete Informationsordnung des Vorstands legt fest, wie der Aufsichtsrat zeitnah über Strategie, Strategieumsetzung, Planung, Geschäftsentwicklung sowie über wesentliche unternehmerische Risiken zu informieren ist.

COMPLIANCE

Compliance bei Loewe bedeutet, Maßnahmen zur Verhinderung von Insidergeschäften umzusetzen und die Einhaltung der aktienrechtlichen, börsen- und kapitalmarktrelevanten Vorschriften einer börsennotierten Gesellschaft sicherzustellen.

Bei Loewe werden die Organmitglieder und die übrigen Führungskräfte regelmäßig über die Kontrolle, Steuerung und Organisation der regulatorischen und kapitalmarktbezogenen Kommunikation informiert. Die Definition von Insiderinformationen, Grundsätze für den Umgang mit vertraulichen Informationen sowie die Festlegung von Sperrfristen werden ebenso angesprochen wie der Umgang mit Ad-hoc-Mitteilungen. Neu eingestellte Mitarbeiter werden über die Möglichkeit des Kontakts mit Insiderinformationen und die dann notwendigen Verhaltensweisen unterrichtet. Des Weiteren werden für alle Mitarbeiter Hinweise zum Thema „Insider“ aktualisiert auf den Intranet-Seiten des Unternehmens veröffentlicht.

**Bekanntnis zu
Compliance auf allen
Ebenen**



VOM GERÄUSCH



ZUM KLANG.
LOEWE IST GENUSS

Es sind die perfekten Dinge des Alltags, die das Leben schöner machen. Objekte, die Träume erfüllen, verwöhnen und zum Genießen einladen. Die Leidenschaft für das Vollkommene ist international. Sie ebnet Loewe den Weg zum globalen Systemanbieter anspruchsvoller Home-Media-Lösungen. Ein Potenzial, das unser Wachstum nachhaltig stützt – über Grenzen hinaus.

MANAGEMENT REPORT.

- SCHWACHE KONJUNKTUR, STABILER MARKT FÜR UNTERHALTUNGSELEKTRONIK
- LEICHTER RÜCKGANG DES MARKTANTEILS VON LOEWE IN EUROPA
- LOEWE REAL-FLAT-PRODUKTSORTIMENT NOCH NICHT KOMPLETT
- ERGEBNIS DER LOEWE GRUPPE LEICHT ÜBER VORJAHR
- MARKETING- UND PRODUKTOFFENSIVE IM JAHR 2003 GEPLANT

GERINGES GESAMTWIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM

Das Jahr 2002 war durch eine weiterhin schwache Weltwirtschaft geprägt. Die konjunkturelle Trendwende wurde in Europa und in Deutschland nicht geschafft. Die unbefriedigende konjunkturelle Entwicklung konnte auch durch niedrige Zinsen im EU-Raum kaum stimuliert werden. Darüber hinaus war der Spielraum für zusätzliche fiskalpolitische Impulse und Konjunkturprogramme gering. Denn insbesondere in Europa stand dem Erfordernis der mittelfristigen Haushaltskonsolidierung eine Ausweitung der Defizite entgegen.

Die Anfang 2002 erkennbare Belebung der Konjunktur im Euroraum hat sich im zweiten Halbjahr nicht fortgesetzt. Für das Gesamtjahr 2002 ist das Bruttoinlandsprodukt im Euroraum nur um 0,7 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Der private Verbrauch erhöhte sich ebenfalls nur um 0,7 %, nach Steigerungsraten von 2,5 % in 2000 und 1,8 % in 2001. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich das Verbrauchervertrauen Mitte 2002 nochmals spürbar eingetrübt hat. Es liegt damit deutlich unter dem langjährigen Durchschnittsniveau und unterhalb des Geschäftsklimaindex.

In Deutschland ist das reale Bruttoinlandsprodukt in 2002 nur um 0,2 % gewachsen. Die fehlende Ausweitung der Investitionen, die Zurückhaltung der Konsumenten beim privaten Verbrauch, eine erhöhte Sparneigung und eine unverändert hohe Arbeitslosenquote haben hier günstigere Werte verhindert. Darüber hinaus wirkte sich der ausgeprägte Kursrückgang an den Aktienmärkten dämpfend aus. Er verschlechterte die Finanzierungsbedingungen für die Unternehmen und schmälerte die Vermögenssituation der Aktienbesitzer. Dies hemmte die Investitionen und den privaten Verbrauch. Außerdem erhöhte sich ab Herbst 2002 die politische Unsicherheit wegen des sich zuspitzenden Konflikts mit dem Irak deutlich.

Schwache Konjunktur
im Euroraum

MODERATES WACHSTUM IN DER UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik ist 2002 in einem konjunkturell schwachen Umfeld gewachsen. Das wertmäßige Marktvolumen stieg lediglich um 1 % auf 26 Mrd. Euro. Hierzu beigetragen haben vor allem das starke Wachstum in Spanien, Schweden und Großbritannien sowie eine positive Entwicklung in Italien und den Niederlanden. Alle anderen Länder weisen eine negative Entwicklung des Marktvolumens aus, darunter auch Deutschland mit einem Rückgang von etwa 1 %.

Loewe ist mit Fernsehgeräten einschließlich Multimediageräten sowie DVD-Playern, Videorecordern und Hi-Fi-Anlagen in etwa zwei Dritteln des gesamten Marktvolumens vertreten.

in Mrd. Euro	2002	2001	+/- in %*
Fernseher (Bildröhren)	10,4	10,2	2
TV-Recorder	0,7	0,8	- 14
Projektions-, Plasma- und LCD-Fernseher	1,1	0,6	69
Fernseher, Total	12,2	11,6	5
DVD-Player	2,4	1,6	57
Videorecorder	1,8	2,5	- 26
Hi-Fi	5,0	5,3	- 6
Gesamt	21,5	21,0	3
Audio, Videospiele u. a.	4,5	4,7	- 5
Gesamt	26,0	25,7	1

Unterhaltungselektronikmarkt Europa
(Quelle: GfK, Markt Europa, Marktabdeckung knapp 80 %, jeweils Zeitraum Dezember des Vorjahres bis November des Folgejahres)

* Die Prozentangaben basieren auf den ungerundeten Marktzahlen

Der Produktbereich Fernsehgeräte ist bei Loewe der Hauptumsatzträger und repräsentiert etwa 85 % des gesamten Geschäftsvolumens. Darüber hinaus bietet Loewe DVD-Player, Videorecorder und Hi-Fi-Produkte an. Dabei liegt der Schwerpunkt weniger auf der separaten Vermarktung der Einzelkomponenten als vielmehr auf der Einbindung dieser Peripheriegeräten in ein Gesamtsystem. Die klassische Bildröhrentechnologie dominierte auch 2002 den Markt für Fernsehgeräte in Europa; es entfallen 90 % des wertmäßigen Marktes auf traditionelle Bildröhrengeräte. Dieser Anteil dürfte in den nächsten Jahren deutlich sinken, da die neuen Displaytechnologien LCD, Plasma, Rück- und Frontprojektion dynamisch wachsen. Bezogen auf die Menge erreichten die neuen Displaytechnologien 2002 erst 1,5 % des Absatzes von Fernsehgeräten mit klassischer Bildröhre. Ihr Umsatzanteil jedoch stieg auf fast 10 %. Für die nächsten Jahre rechnen Marktforschungsinstitute mit einem weiterhin starken Wachstum in diesem Segment, da die Preise für TV-Geräte mit neuer Displaytechnologie deutlich sinken werden.

Bildröhren dominieren
noch den europäischen
Fernsehmarkt

Loewe Preispunkte gehalten

Der Markt für Fernsehgeräte mit Bildröhren verzeichnete 2002 in Europa ein Umsatzwachstum von 2 % und ein Absatzwachstum von 3 %. Damit hat sich der Trend des Jahres 2001 – die Entwicklung vom Massenmarkt zum Qualitätsmarkt – nicht weiter fortgesetzt. Der Konsument kauft zwar immer mehr großformatige und besser ausgestattete Geräte, nutzt jedoch konsequenter die von vielen Herstellern und großen Fachmarktketten eingeräumten Preisnachlässe.

An der preisaggressiven Vermarktung von TV-Geräten hat sich Loewe nicht beteiligt: Trotz stark rückläufiger Marktpreise wurden die wesentlichen Preispunkte unverändert beibehalten. Loewe hat deshalb seinen wertmäßigen Anteil im europäischen Markt für Fernsehgeräte von 6,9 % im Jahr 2001 nicht halten können und fiel auf 6,5 % im Jahr 2002 zurück.

Der Markt für Fernsehgeräte mit Bildröhren ist in verschiedene Segmente unterteilt, z. B. nach der Bildröhrentechnologie, der Größe des Bildschirms oder dem Bildschirmformat.

	TV-Markt Europa (in Mrd. Euro)			Marktanteil Loewe (in %)		
	2002	2001	+/- in %*	2002	2001	+/-
100-Hz-Technologie	4,3	4,0	10	12,8	14,2	- 1,4
50-Hz-Technologie	6,1	6,2	- 2	0,8	1,1	- 0,3
Gesamt	10,4	10,2	2	6,5	6,9	- 0,4
< 68 cm Bilddiagonale	2,9	3,1	- 7	3,4	3,8	- 0,4
68–72 cm Bilddiagonale	4,7	4,7	1	7,0	7,5	- 0,5
> 72 cm Bilddiagonale	2,8	2,4	18	8,3	9,2	- 0,9
Gesamt	10,4	10,2	2	6,5	6,9	- 0,4
Super Flat	5,8	7,0	- 17	9,0	8,4	0,6
Real Flat	4,6	3,2	45	3,8	4,0	- 0,2
Gesamt	10,4	10,2	2	6,5	6,9	- 0,4

Fernsehgerätemarkt Europa (nach Segmenten)

(Quelle: GfK, Markt Europa, Marktabdeckung knapp 80 %, jeweils Zeitraum Dezember des Vorjahres bis November des Folgejahres)

* Die Prozentangaben basieren auf den ungerundeten Marktzahlen

Real Flat mit starkem Wachstum in Europa

Das Marktvolumen von Fernsehgeräten mit 100-Hz-Technologie ist 2002 um 10 % gestiegen. Im Segment der großformatigen Fernsehgeräte mit mehr als 72 cm Bildschirmdiagonale ließen sich im Vergleich zum Vorjahr um 18 % höhere Umsätze realisieren. Das stärkste Umsatzwachstum wiesen mit plus 45 % Geräte mit Real-Flat-Bildröhren auf. Allerdings fand hier auch der härteste Preiswettbewerb statt. Bei diesen auf der klassischen Bildröhrentechnologie basierenden Geräten ist die sichtbare Vorderseite der Bildröhre völlig plan. Sie unterscheidet sich damit deutlich von den heute noch dominierenden Super-Flat-Bildröhren, die am Rand eine sichtbare Wölbung des Bildschirms aufweisen.

Loewe konzentriert sich seit Jahren auf die Wachstumssegmente im hochwertigen Bereich. Im Segment der Geräte mit flimmerfreier 100-Hz-Technologie konnte Loewe auf Basis des Umsatzes im Facheinzelhandel 12,8 % Marktanteil realisieren. Loewe hält damit in diesem attraktiven Segment einen doppelt so hohen Marktanteil wie im Gesamtmarkt. In Europa ist Loewe in diesem Segment die Nummer drei.

Spheros 20: Zukunftsweisende LCD-Technik und avantgardistisches Design. Geringe Bautiefe von nur 7,5 cm.



Bei Real-Flat-Geräten erreichte Loewe 2002 einen Marktanteil von 3,8 %. Aufgrund des noch nicht kompletten Loewe Real-Flat-Produktprogramms und der preisstabilen Vermarktung der Loewe Produkte konnte das dynamische Marktwachstum nicht erreicht werden. Entsprechend hat sich der Loewe Marktanteil in diesem Segment leicht reduziert. Die geplante Einführung zusätzlicher Loewe Real-Flat-Modelle im Jahr 2003 wird Loewe ein breiteres Produktprogramm und eine Steigerung des Marktanteils in diesem wichtigen Segment ermöglichen.

Mit Rang vier in Europa ist Loewe auch bei Geräten mit großformatigen Bildröhren gut positioniert. Der Rückgang des Marktanteils von 9,2 % auf 8,3 % spiegelt vor allem das starke Marktwachstum von billigen Real-Flat-Geräten und großformatigen Geräten in 50-Hz-Technologie wider. In 2003 wird für Loewe bei großformatigen Geräten durch die geplanten Produktneuheiten wieder eine bessere Positionierung und eine Steigerung des Marktanteils möglich sein.

Bei Plasma-Fernsehgeräten konnte Loewe in Europa einen wertmäßigen Marktanteil von 2,7 % erreichen. Mit einem durchschnittlichen Verkaufspreis von etwa 9.000 Euro je Gerät sprechen diese Geräte nur eine kleine, anspruchsvolle Verbrauchergruppe an. Loewe hat diese Käuferschicht frühzeitig erkannt und ist bereits 1998 mit ersten Geräten dieses Typs auf den Markt gekommen. LCD-Fernsehgeräte führten wir Ende 2000 in den Markt ein. Loewe ist in diesem noch kleinen, aber dynamisch wachsenden Segment mit zwei Produkten vertreten und erreichte 2002 in Europa ebenfalls einen Marktanteil von 2,7 %. In den nächsten Jahren werden diese neuen Technologien für Loewe im Premiumsegment erheblich an Bedeutung gewinnen. Ziel ist es, den Marktanteil deutlich zu erhöhen.

Loewe konzentriert sich auf wachstumsstarke Segmente

MARKTANTEIL IN EUROPA LEICHT REDUZIERT

Die fünf größten Märkte – Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien – repräsentieren über 80 % des gesamten europäischen Marktvolumens für Fernsehgeräte. Während sich die Ausgaben der Verbraucher für Fernsehgeräte in Deutschland auf hohem Niveau leicht ermäßigten, erhöhte sich das Marktvolumen in den anderen Ländern zum Teil merklich. Besonders die Märkte Großbritannien und Spanien wuchsen als Folge des Trends zu preisgünstigen großformatigen Geräten mit Real-Flat-Bildröhren überdurchschnittlich schnell.

	TV-Markt Europa (in Mrd. Euro)			Marktanteil Loewe (in %)		
	2002	2001	+/- in %*	2002	2001	+/-
Großbritannien	2,7	2,6	4	0,9	1,0	- 0,1
Deutschland	2,4	2,4	- 2	13,5	14,0	- 0,5
Frankreich	1,6	1,6	1	2,0	1,6	0,4
Italien	1,0	1,0	3	5,4	6,4	- 1,0
Spanien	1,0	0,9	9	7,5	8,0	- 0,5
5 größte Länder, Gesamt	8,7	8,5	2	6,1	6,4	- 0,3
Restliche Länder	1,8	1,7	3	7,8	8,8	- 1,0
Summe Europa	10,4	10,2	2	6,5	6,9	- 0,4

Fernsehgerätemarkt Europa (nach Ländern)

(Quelle: GfK, Markt Europa, jeweils Zeitraum Dezember des Vorjahres bis November des Folgejahres)

* Die Prozentangaben basieren auf den ungerundeten Marktzahlen

Der Loewe Marktanteil in Deutschland hat sich gegenüber dem Vorjahr von 14,0 % auf 13,5 % leicht verringert. Auch in anderen wichtigen Märkten wie Spanien und Italien ist der Marktanteil gesunken. Gründe hierfür sind der unerwartet kraftvolle Trend zu Geräten mit Real-Flat-Bildröhren und die Tatsache, dass Loewe seine Preisposition trotz stark rückläufiger Marktpreise beibehalten hat. Dagegen konnte Loewe im wichtigen Markt Frankreich den Marktanteil um 0,4 Prozentpunkte auf 2 % steigern. Hier trägt die 2002 intensivierte Marktbearbeitung über eine eigene Vertriebsgesellschaft erste Früchte.

MARKTPosition AUSSERHALB EUROPAS GESTÄRKT

Außerhalb Europas sind Australien, GUS und Nordamerika für Loewe von besonderer Bedeutung. Trotz des in den letzten Jahren deutlich angestiegenen Umsatzvolumens in diesen Märkten ist der Loewe Marktanteil noch relativ niedrig. Die Entwicklung des Gesamtmarkts ist dementsprechend meist nicht der wesentliche Einflussfaktor für den Loewe Erfolg. Entscheidend ist vielmehr eine konsequente Umsetzung der Loewe Premiumpositionierung im Markt.

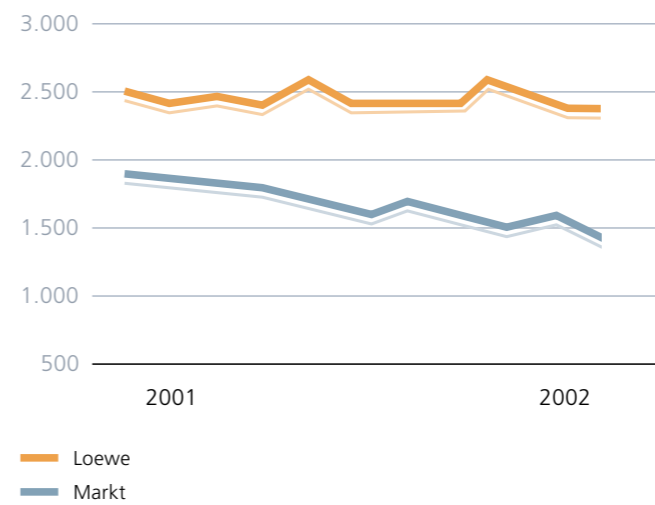
TROTZ PREISDRUCK IM MARKT WEITGEHEND STABILE PREISE

Der Trend zu höherwertigen Geräten und damit auch zu höheren Durchschnittserlösen hat sich 2002 im deutschen Markt nicht fortgesetzt. Im Jahr 2002 wurden wiederum mehr großformatige und gut ausgestattete TV-Geräte verkauft. Der Durchschnittspreis im Gesamtmarkt ist allerdings durch preisaggressive Angebote von 512 Euro auf 511 Euro leicht gesunken.

Internationalisierung fortgesetzt

Stabile Erlöse, hochwertige Ausstattung und ein weiter steigender Anteil von Großbildgeräten haben dazu geführt, dass im Wesentlichen aufgrund des besseren Produktmix die Durchschnittserlöse von Loewe Geräten von 1.122 Euro im Jahr 2001 auf 1.148 Euro in 2002 angestiegen sind. Damit erzielt Loewe einen Erlös, der mehr als doppelt so hoch ist wie der durchschnittliche Marktpreis.

Um die Einflüsse des Produktmix größtenteils zu neutralisieren, ist exemplarisch die Preisentwicklung für das wichtige Marktsegment der Bildröhrengeräte mit 32" Breitbild, 100-Hz-Technologie und Real-Flat-Röhre dargestellt.



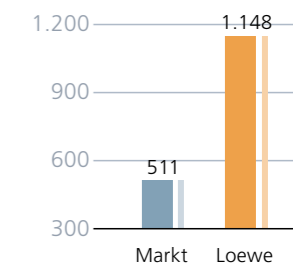
Preisentwicklung in Deutschland: 32" Breitbild/100 Hz Real Flat in Euro

Die stabile Preispositionierung der Loewe Produkte steht einer stetigen Preisreduktion der Wettbewerber in den Jahren 2001 und 2002 gegenüber.

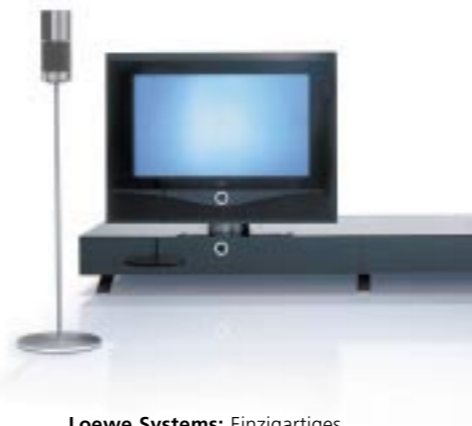
DVD, VIDEORECORDER UND HI-FI SIND TEIL DER SYSTEMLÖSUNGEN

Loewe bietet in seinem Geschäftsbereich Home Media Systems ein hochwertiges Spektrum der Unterhaltungselektronik an. Im Mittelpunkt steht dabei das Fernsehgerät mit seinen multimedialen Anwendungen. DVD-Player, Videorecorder und Hi-Fi-Anlage können mit dem Fernseher zu einem System in durchgängigem Design und mit einfacher Bedienung zusammengeführt werden.

Der Absatz von Videorecordern war im vergangenen Jahr weiter rückläufig. Das wertmäßige Marktvolumen in Europa verringerte sich um 26 %, zum Teil auch durch nachgebende Marktpreise. Dagegen wuchs der europäische Markt der DVD-Player dynamisch um 57 % und setzte damit den begonnenen Substitutionsprozess der Videorecorder durch DVD-Player fort. Loewe geht es in diesen beiden Segmenten und bei hochwertigen Hi-Fi-Anlagen weniger darum, die einzelnen Marktanteile weiter auszubauen. Vielmehr wollen wir hier dem Verbraucher komfortable und funktional anspruchsvolle Komponenten für Systemlösungen anbieten.



Durchschnittspreis TV 2002 in Deutschland



Loewe Systems: Einzigartiges Design stellt eine perfekte Harmonie zwischen einzelnen Video- und Audioelementen her. Home Cinema und intelligente MediaPlus-Technologie.



WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG VON LOEWE

UNVERÄNDERTE WIRTSCHAFTLICHE ECKDATEN

Im Geschäftsjahr 2002 hat Loewe seine ambitionierten Wachstumsziele nicht erreicht. Allerdings konnte trotz des zunehmend schwierigeren Umfelds ein befriedigendes Umsatz- und Ertragsniveau erzielt werden. Der einzustellende Geschäftsbereich Telekommunikation wurde in 2002 planmäßig beendet. Zukünftig wird sich Loewe auf den Geschäftsbereich Home Media Systems konzentrieren.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Umsatzerlöse			
– Home Media Systems	376,2	372,6	1
– einzustellender Geschäftsbereich	9,4	20,2	– 53
– Umsatz, Gesamt	385,6	392,8	– 2
EBIT			
– Home Media Systems	20,6	26,1	– 21
– einzustellender Geschäftsbereich	0,0	– 6,0	
– EBIT, Gesamt	20,6	20,1	2
Konzernjahresüberschuss			
– Home Media Systems	10,9	14,3	– 24
– einzustellender Geschäftsbereich	0,0	– 3,9	
– Konzernjahresüberschuss, Gesamt	10,9	10,4	5
Investitionen			
– Home Media Systems	26,2	24,7	6
– einzustellender Geschäftsbereich	0,2	1,1	– 82
– Investitionen, Gesamt	26,4	25,8	2
Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)			
– Home Media Systems	1.250	1.170	7
– einzustellender Geschäftsbereich	11	39	– 72
Mitarbeiter, Gesamt	1.261	1.209	4

Eckdaten Loewe Konzern

Der Konzernumsatz sank um 2 % auf 385,6 Mio. Euro. Das leichte Umsatzwachstum im Geschäftsbereich Home Media Systems reichte nicht aus, um den Minderumsatz von 10,8 Mio. Euro aus der Schließung des Geschäftsbereiches Telekommunikation auszugleichen.

Konzernjahresüberschuss auf Vorjahresniveau

Das EBIT des Loewe Konzerns stieg 2002 trotz des Wegfalls der Verluste des eingestellten Geschäftsbereiches Telekommunikation nur um 2 % auf 20,6 Mio. Euro. Dies ist hauptsächlich auf die fehlenden Deckungen aus der geplanten Volumenausweitung, Anlaufverluste im USA-Geschäft sowie auf Wertminderungen bei Aktienanlagen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. zurückzuführen.

**Dividendenvorschlag
0,85 Euro**

Der Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter von 10,9 Mio. Euro soll zur weiteren Stärkung der Finanzkraft des Konzerns und zu einer Ausschüttung an die Aktionäre verwandt werden. Wie im Vorjahr werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,85 Euro je Aktie vorschlagen.

Die Investitionen von 26,4 Mio. Euro betrafen fast ausschließlich den Geschäftsbereich Home Media Systems. Investitionsschwerpunkte waren Werkzeuge für neue Produkte, der Neubau eines Logistikzentrums, Effizienzverbesserungen in der Produktion und in der indirekten Organisation sowie hochwertige Produktpräsentationssysteme bei den Vertriebspartnern.

Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter hat sich gegenüber dem Vorjahr um 52 Personen auf 1.261 erhöht. Im Geschäftsbereich Home Media Systems wurden 80 neue Mitarbeiter eingestellt, hauptsächlich für die Bereiche Entwicklung, Marketing und Vertrieb. Im eingestellten Geschäftsbereich Telekommunikation wurden 2002 alle 39 Arbeitsplätze abgebaut.

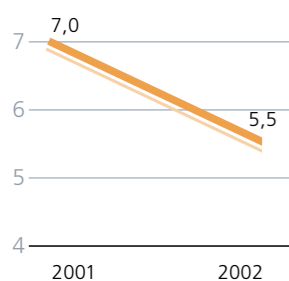
UMSATZ IM KERNBEREICH HOME MEDIA SYSTEMS LEICHT GESTIEGEN, ERGEBNIS UNTER VORJAHR

Entsprechend den International Accounting Standards (IAS 35) konzentriert sich die Berichterstattung auf den Geschäftsbereich Home Media Systems. In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sind dementsprechend alle Umsätze und Aufwendungen des eingestellten Geschäftsbereiches Telekommunikation gesondert ausgewiesen.

Die Entwicklung der Umsatz- und Ertragslage des Geschäftsbereiches Home Media Systems ist nachfolgend zusammengefasst:

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Umsatzerlöse	376,2	372,6	1
Herstellungskosten	- 270,7	- 274,6	- 1
Vertriebs- und Marketingkosten	- 74,8	- 63,2	18
Verwaltungskosten	- 10,9	- 10,3	6
Sonstige betriebliche Ergebnisse	0,8	1,6	- 50
EBIT	20,6	26,1	- 21
(EBIT-Marge in %)	5,5	7,0	

Umsatz und Kosten Home Media Systems



EBIT-Marge in Prozent

In 2002 ist das EBIT im Geschäftsbereich Home Media Systems um 21 % auf 20,6 Mio. Euro gesunken. Gleichzeitig hat sich die EBIT-Marge von 7 % auf 5,5 % reduziert. Hauptursachen hierfür sind nicht realisierte Deckungen aus der geplanten Volumensteigerung, Anlaufverluste in den USA und Wertminderungen bei Aktienanlagen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.

Gegenüber dem Vorjahr sind die Vertriebs- und Marketingkosten um 11,6 Mio. Euro gewachsen. Diese Steigerung entfällt zu einem wesentlichen Teil auf die gegenüber dem Vorjahreszeitraum erstmals enthaltenen Kosten der Vertriebsorganisationen in den USA und Frankreich von zusammen 8,2 Mio. Euro. Diesen zusätzlichen Kosten der neuen Vertriebs-

organisationen steht ein höheres Erlösniveau gegenüber, da der direkte Verkauf an den Fachhändler zu höheren Preisen erfolgt als beim bisherigen Vertrieb über einen zwischengeschalteten nationalen Distributor. Dennoch hat das USA-Geschäft das Ergebnis der Loewe Gruppe 2002 mit rund 3 Mio. Euro belastet.

Die Wertminderungen bei Aktienanlagen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. betragen 1,2 Mio. Euro und sind in den Sonstigen betrieblichen Ergebnissen enthalten.

STABILER UMSATZ IN EUROPA, WACHSTUM AUSSERHALB EUROPAS

Entgegen dem Markttrend konnte Loewe seine Umsätze in Europa 2002 nicht weiter steigern. Insbesondere der Umsatzrückgang im für Loewe wichtigen Heimatmarkt Deutschland hat hierzu wesentlich beigetragen.

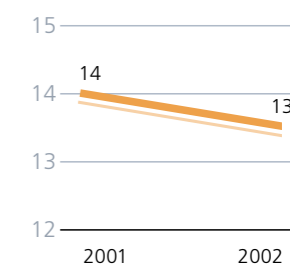
in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Deutschland	181,4	189,1	- 4
(Anteil am Gesamtumsatz %)	48,2	50,8	- 5
Benelux*	41,5	45,4	- 9
Italien	31,0	29,5	5
Spanien	28,0	25,9	8
Großbritannien	13,4	11,7	15
Frankreich**	11,0	6,8	62
Schweiz	8,0	9,1	- 12
Übrige europäische Länder	24,3	21,9	11
Europa (inkl. Deutschland)	338,6	339,4	0
Australien	13,3	9,9	34
Russische Föderation	10,8	10,8	0
USA***	9,4	4,8	96
Übrige außereuropäische Länder	4,1	7,7	- 47
Außereuropäisches Ausland	37,6	33,2	13
Umsatz, Gesamt	376,2	372,6	1

Umsatzstruktur nach Regionen Home Media Systems

- * Verkauf über Loewe Opta Benelux N.V./S.A.
- ** Seit 2002 Verkauf über Loewe France S.A.
- *** Seit 2002 Verkauf über Loewe Opta, Inc.

Der wertmäßige Markt für Fernsehgeräte in Deutschland ist 2002 um 2 % gesunken. In diesem schwachen Umfeld hat Loewe nur in geringem Umfang Marktanteile verloren. Der wertmäßige Marktanteil im Facheinzelhandel beträgt 13,5 % nach 14 %¹ im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Hauptursache hierfür war die preisaggressive Vermarktung von Wettbewerbsprodukten, die zu deutlichen Preisreduktionen im Markt führte. Loewe ist diesem Preistrend nicht gefolgt. Weiterhin war das Loewe Produktprogramm in der Real-Flat-Mittel- und Einstiegspreisklasse 2002 nicht komplett. Dies wirkte sich insbesondere in jenen Märkten deutlich negativ aus, in denen ein großer Real-Flat-Anteil im Markt auf eine relativ hohe Loewe Marktbedeutung trifft. In den Benelux-Ländern und der Schweiz hat diese Konstellation zu absoluten Umsatzrückgängen geführt, in Italien und Spanien zu unbefriedigenden Wachstumsraten.

Aufgrund des noch geringen absoluten Marktanteils von Loewe haben sich diese Effekte in Großbritannien und Frankreich weniger stark ausgewirkt. Die Marktposition konnte



Marktanteil in Deutschland in Prozent

¹ Quelle: GfK, Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel von Dezember 2001 bis November 2002

in beiden Ländern weiter ausgebaut werden. Die hohe Wachstumsrate im Umsatzausweis mit Frankreich ist allerdings zu einem Großteil auf die erstmalige Konsolidierung der am 10. Juli 2002 erworbenen Loewe Vertriebsgesellschaft mit Sitz in Strasbourg zurückzuführen.

Über Europa hinaus sind für uns vor allem die Märkte in Australien, der GUS und den USA bedeutsam. Trotz des hohen Vorjahreswerts konnten die Umsätze mit unserem australischen Distributionspartner deutlich gesteigert werden. Insbesondere die Einführung des Home-Cinema-Gerätes Aconda 38" war sehr erfolgreich. Nach einer Verdoppelung im Vorjahr verblieb der Umsatz mit der GUS in 2002 auf dem hohen Vorjahresniveau.

Das seit Ende des letzten Jahres intensivierte USA-Geschäft und die neu gegründete Vertriebsgesellschaft in den USA haben die Erwartungen bisher nicht erfüllt. Obwohl 2002 mit 9,4 Mio. Euro ein fast doppelt so hoher Umsatz wie im Vorjahr erzielt wurde, konnten die internen Wachstumsziele nicht erreicht werden. Hier wirkte sich negativ aus, dass das noch enge Loewe Produktsortiment in den USA einer starken Marktpreiserosion ausgesetzt und zeitweise durch Qualitätsprobleme bei USA-spezifischen Produkten beeinträchtigt war. Das USA-Geschäft hat das Ergebnis der Loewe Gruppe 2002 mit rund 3 Mio. Euro belastet. Eine deutliche Umsatzsteigerung sollen Neueinführungen großformatiger Plasma- und Rückprojektionsprodukte ermöglichen, die für das dritte und vierte Quartal 2003 geplant sind. Mit dem höheren Umsatzvolumen wird eine geringere Ergebnisbelastung durch das USA-Geschäft in 2003 erwartet.

FERNSEHEN MIT TRADITIONELLER BILDRÖHRE NOCH DOMINIEREND

Fernseh- und Multimediageräte repräsentieren wie in den Vorjahren rund 85 % des gesamten Loewe Umsatzes. DVD-Player, Videorecorder, Hi-Fi-Komponenten und Zubehör runden das Loewe Programm ab und erlauben es, aus einzelnen Fernsehgeräten komplette Systemlösungen zusammenzustellen.

Concertos Satellitenlautsprecher:
 Minimal in der Größe, maximal im Klang
 durch brillante Dreidimensionalität:
 Aus der Zusammenarbeit mit Bose.

USA-Geschäft unter den Erwartungen

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Fernseh- und Multimediageräte	318,5	316,8	1
DVD-Player	7,9	7,3	8
Videorecorder	7,3	11,0	- 34
Hi-Fi	6,9	3,7	86
Zubehör und sonstige Erlöse	35,6	33,8	5
Umsatz, Gesamt	376,2	372,6	1

**Umsatzstruktur nach Produktbereichen
 Home Media Systems**

Neben dem erwarteten Substitutionsprozess von Videorecordern durch DVD ist eine deutliche Steigerung der Umsätze im Produktbereich Hi-Fi zu erkennen. Dies resultiert aus der erfolgreichen Einführung des gemeinsam mit Bose entwickelten Soundsystems Concertos. In Kombination mit einem Loewe TV-Gerät deckt Concertos alle Funktionalitäten eines Home-Cinema- und Hi-Fi-Systems ab – in einheitlichem Design und mit einfacher Bedienung.

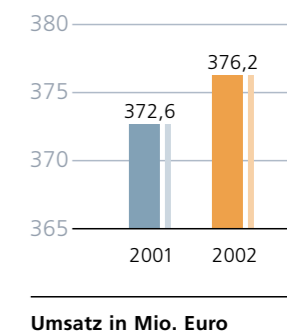
Innerhalb der Produktgruppe Fernseh- und Multimediageräte entfallen fast 96 % der Umsätze auf Geräte mit Bildröhren. Entgegen dem Markttrend ist der Umsatzanteil der neuen Displaytechnologien wie LCD und Plasma von 5,7 % in 2001 auf 4,3 % in 2002 gefallen. Die Markteinführung des weiterentwickelten Spheros 42 ist für Mitte 2003 geplant. Weitere LCD-Geräte und ein erstes Rückprojektionsprodukt sollen noch 2003 in Serie gehen.

in %	2002	2001
Geräte mit Bildröhren	95,7	94,3
- davon Real Flat	29,5	27,2
Großbildgeräte (über 72 cm)	45,1	43,1
100-Hz-Technologie	93,2	91,0

Umsatzstruktur Fernseh- und Multimediageräte

Der Anteil der Real-Flat-Bildröhrengeräte konnte im vergangenen Jahr nur leicht auf knapp 30 % gesteigert werden. Im europäischen TV-Markt entfielen 2002 bereits 44 % des Markts auf Geräte mit Real-Flat-Bildröhren. Mit Hilfe von vielfältigen Produktneueinführungen soll der Anteil von Real Flat bei Loewe 2003 nahezu verdoppelt werden. Die bestehenden Sortimentslücken im Real-Flat-Segment werden damit beseitigt sein.

Der im Markt erkennbare Trend in Richtung Großbildgeräte mit 100-Hz-Technologie spiegelt sich auch im Loewe Produktmix wider. Beide Bereiche konnten 2002 leicht ausgebaut werden. Gut 45 % aller im vergangenen Jahr verkauften Loewe Geräte haben eine Bilddiagonale von über 72 cm. Im europäischen TV-Markt liegt dieser Anteil erst bei 27 %. Noch deutlicher wird die Loewe Positionierung bei dem 100-Hz-Anteil von 93 % im Vergleich zu 41 % im europäischen Gesamtmarkt.



HERSTELLUNGSKOSTEN UNTER VORJAHR

	2002	2001	+/- in %
Kosten in Mio. Euro	- 270,7	- 274,6	- 1
Kosten in % vom Umsatz	- 72,0	- 73,7	

Herstellungskosten Home Media Systems

Die Herstellungskosten sind 2002 trotz des leicht gestiegenen Umsatzes um 3,9 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr gesunken. Bei weitgehend unverändertem Produktionsvolumen ist dieser Rückgang hauptsächlich auf niedrigere Materialeinkaufspreise zurückzuführen. Diese wurden allerdings teilweise durch höhere Kosten für die geplanten, aber nicht realisierten Produktionssteigerungen kompensiert. Die Herstellungskostenquote ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 72 % vom Umsatz gesunken. Neben den bereits erwähnten Effekten wirken sich die weitgehend stabilen Verkaufspreise von Loewe sowie die Einbeziehung der neuen Tochtergesellschaften in USA und Frankreich positiv aus.

Herstellungskosten leicht rückläufig

MARKETING- UND VERTRIEBSKOSTEN DEUTLICH HÖHER

	2002	2001	+/- in %
Kosten in Mio. Euro	- 74,8	- 63,2	18
Kosten in % vom Umsatz	- 19,9	- 17,0	

Marketing- und Vertriebskosten Home Media Systems

Die Marketing- und Vertriebskosten sind um 11,6 Mio. Euro und damit überproportional zum Umsatz gestiegen. Davon entfallen 8,0 Mio. Euro auf höhere Kosten der Marketing-, Vertriebs- und Serviceorganisation und 3,6 Mio. Euro auf die übrigen Marketing- und Vertriebskosten.

Aufwendungen für Vertrieb und Marketing durch neue Tochtergesellschaften erhöht

Der starke Anstieg der Kosten der Marketing-, Vertriebs- und Serviceorganisation auf 33,2 Mio. Euro resultiert hauptsächlich aus den erstmals angefallenen Kosten der Organisation der neuen Tochtergesellschaften in den USA und in Frankreich (4,6 Mio. Euro). Hinzu kamen höhere Kosten der Bereiche Marketing, Vertrieb und Service der Loewe Opta GmbH (3,2 Mio. Euro). Insbesondere die in diesen Bereichen im Laufe des Jahres 2001 durchgeführten personellen Verstärkungen wirkten sich 2002 deutlich aus.

Der Anstieg der übrigen Vertriebskosten auf 41,6 Mio. Euro ist ebenfalls zu einem großen Teil auf die neuen Tochtergesellschaften zurückzuführen. Wesentliche Bestandteile der übrigen Vertriebskosten sind die Werbekosten von 24,3 Mio. Euro und die auf 12,2 Mio. Euro gestiegenen Frachtkosten.

MODERATER ANSTIEG DER VERWALTUNGSKOSTEN

	2002	2001	+/- in %
Kosten in Mio. Euro	- 10,9	- 10,3	6
Kosten in % vom Umsatz	- 2,9	- 2,8	

Verwaltungskosten Home Media Systems

Die Allgemeinen Verwaltungskosten erhöhten sich im Wesentlichen aufgrund von Tarifsteigerungen bei den Personalkosten sowie höheren Versicherungsprämien.

SONSTIGE BETRIEBLICHE ERGEBNISSE REDUZIERT

	2002	2001	+/- in %
Ertragssaldo in Mio. Euro	0,8	1,6	- 50
Ertragssaldo in % vom Umsatz	0,2	0,4	

Sonstige betriebliche Ergebnisse Home Media Systems

Der Ertragssaldo aus den Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen sowie den Erträgen aus Beteiligungen hat sich mit 0,8 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr halbiert.

Der Rückgang der Sonstigen betrieblichen Erträge um 4,9 Mio. Euro auf 8,3 Mio. Euro ergibt sich im Vorjahresvergleich aus geringeren Auflösungen von nicht mehr benötigten Rückstellungen und niedrigeren Erlösen für erbrachte Dienstleistungen. Unter anderem wurden 2002 Rückstellungen für Umbaukosten teilweise aufgelöst. Diese Rückstellungen waren 2001 im Zusammenhang mit einem Komponentenwechsel bei Anlauf einer neuen Serie von Fernsehgeräten gebildet worden. Teilweise aufgelöst wurden ebenfalls Rückstellungen für nicht mehr zu leistende Lizenzzahlungen, da über die strittige Lizenzhöhe eine Vereinbarung getroffen werden konnte. Rückläufig waren auch die von Dritten erhaltenen Schadensersatzleistungen, öffentliche Zuwendungen für Entwicklungsprojekte und die Mieterträge.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind um 4,1 Mio. Euro auf 7,7 Mio. Euro gesunken. Sie beinhalten die Aufwendungen im Zusammenhang mit den Kursverlusten der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. in Höhe von 1,2 Mio. Euro und die Kosten einer Überprüfungaktion von Loewe Fernsehgeräten von 0,5 Mio. Euro.

EBIT DEUTLICH NIEDRIGER ALS IM VORJAHR

	2002	2001	+/- in %
EBIT in Mio. Euro	20,6	26,1	- 21
EBIT in % vom Umsatz	5,5	7,0	

EBIT Home Media Systems

Der Rückgang des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern ist hauptsächlich auf die nicht realisierten Deckungen aus der geplanten Volumensteigerung, Anlaufverluste in den USA und Wertminderungen bei Aktienanlagen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. zurückzuführen.

ZINSAUFWANDSSALDO LEICHT GESTIEGEN

	2002	2001	+/- in %
Aufwandssaldo in Mio. Euro	- 1,8	- 1,6	13
Aufwandssaldo in % vom Umsatz	- 0,5	- 0,4	

Zinsaufwandssaldo Home Media Systems

Der Zinsaufwandssaldo erhöhte sich leicht auf 1,8 Mio. Euro. Wie im Vorjahr war auch 2002 die Mittelbindung im Working Capital erhöht. Insbesondere die Finanzierung der erhöhten Vorratsbestände führte trotz eines niedrigeren Zinsniveaus zu einem Anstieg des Zinsaufwandssaldos.

STEUERQUOTE FAST UNVERÄNDERT

	2002	2001	+/- in %
Steuern in Mio. Euro	- 7,6	- 10,0	- 24
Steuerquote in %	40,4	40,8	

Steuern vom Einkommen und Ertrag Home Media Systems

Der 2002 um 2,4 Mio. Euro geringere Steueraufwand ist im Wesentlichen auf das geringere Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS UNTER VORJAHR

	2002	2001	+/- in %
Konzernjahresüberschuss in Mio. Euro	10,9	14,3	- 24
Konzernjahresüberschuss in % vom Umsatz	2,9	3,8	

Konzernjahresüberschuss Home Media Systems

Der Konzernjahresüberschuss nach Anteilen Dritter sank aufgrund des geringeren operativen Ergebnisses um 3,4 Mio. Euro auf 10,9 Mio. Euro.

INVESTITIONEN LEICHT GESTIEGEN

in Mio. Euro	2002		2001	
	Investi- tion	AfA	Investi- tion	AfA
Immaterielle Vermögens- gegenstände	7,4	6,7	6,7	6,1
Sachanlagen	18,7	14,2	18,0	14,4
Finanzanlagen	0,1			
Gesamt	26,2	20,9	24,7	20,5

Investitionen und Abschreibungen Home Media Systems



Loewe Aconda mit Rack und Video/DVD. Chicago „Good Design Award“ 2003. Kühle Farbgebung und klare Formensprache.

Investitionen deutlich höher als Abschreibungen, Schwerpunkt in Sachanlagen

Die Investitionen sind gegenüber dem Vorjahr um 1,5 Mio. Euro auf 26,2 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2002 gestiegen. Sie konzentrierten sich auf die Entwicklung neuer Produkte, bauliche Maßnahmen, Werkzeuge für neue Produkte, neue Maschinen zur Effizienzsteigerung in der Produktion und den verstärkten Einsatz von Präsentationssystemen bei den Fachhandelspartnern.

Die Immateriellen Vermögensgegenstände umfassen im Wesentlichen aktivierte Entwicklungsleistungen für innovative Produkte und Technologien, insbesondere im Zusammenhang mit Audio/Video-Systemlösungen und digitaler Signalverarbeitung. Darüber hinaus sind in geringerem Umfang entgeltlich erworbene Softwarelizenzen und Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einführung neuer Softwaremodule aktiviert worden.

Die Investitionen in Sachanlagen betrafen vornehmlich Werkzeuge für neue Produkte in Höhe von 5,5 Mio. Euro inklusive Anzahlungen auf noch nicht fertig gestellte Werkzeuge sowie ein neues Logistikzentrum in Kronach in Höhe von 3,8 Mio. Euro. Das Logistikzentrum wird seit Ende 2002 genutzt. In hochwertige Präsentationssysteme für Vertriebspartner investierten wir 1,3 Mio. Euro. Mit einem Betrag von 0,8 Mio. Euro wurden die Kapazitäten der automatischen Bestückung aufgestockt bzw. Rationalisierungseffekte bewirkt. Die anderen Investitionen betrafen vor allem Ersatzbeschaffungen sowie die Rationalisierung von Prozessen.

Die Abschreibungen von 20,9 Mio. Euro liegen um 2 % über dem Vorjahreswert. Sie unterschreiten das Investitionsvolumen von 26,2 Mio. Euro deutlich, da die baulichen Maßnahmen langfristig und Anzahlungen noch nicht abgeschrieben werden.

MITARBEITERZAHL IN INLAND UND AUSLAND ANGESTIEGEN

2002 waren bei Loewe durchschnittlich 1.250 Mitarbeiter im Geschäftsbereich Home Media Systems beschäftigt, der Großteil am Sitz der Gesellschaft in Kronach. Der Anstieg um 80 Mitarbeiter stammt fast zur Hälfte aus den ausländischen Tochtergesellschaften, insbesondere durch die Übernahme der Vertriebsaktivitäten in den USA und in Frankreich.

im Jahresdurchschnitt	2002	2001	+/- in %
Deutschland	1.173	1.127	4
Benelux	45	41	10
Frankreich	19		
USA	13	2	550
Mitarbeiter, Gesamt	1.250	1.170	7

Mitarbeiter nach Ländern Home Media Systems

Die neuen Auslandsgesellschaften sind auch die Hauptursache für den starken Personalaufbau in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Service und Qualität. Ebenfalls deutlich ausgebaut wurde der Entwicklungsbereich, um der höheren Komplexität aufgrund des breiteren Technologiespektrums Rechnung zu tragen.

im Jahresdurchschnitt	2002	2001	+/- in %
Marketing, Vertrieb, Service, Qualität	320	262	22
Entwicklung	137	124	10
Produktion	520	519	0
Verwaltung, Dienstleistung	141	132	7
Auszubildende	91	87	5
Sonstige (Teilzeit, dauerabwesend, Altersteilzeit)	41	46	- 11
Mitarbeiter, Gesamt	1.250	1.170	7

Mitarbeiter nach Bereichen Home Media Systems

Der Personalanstieg in den Verwaltungs- und Dienstleistungsbereichen betraf überwiegend den erforderlichen weiteren Ausbau der Informationstechnologie sowie die Einstellung von Trainees im Hinblick auf die verstärkte internationale Ausrichtung.

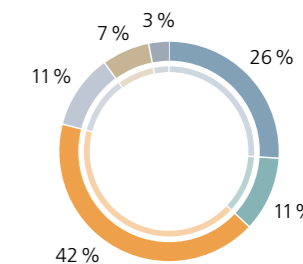
EINSTELLUNG GESCHÄFTSBEREICH TELEKOMMUNIKATION ABGESCHLOSSEN

Ende 2001 wurde die Entscheidung getroffen, den unprofitablen Geschäftsbereich Telekommunikation nicht fortzuführen.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Umsatzerlöse	9,4	20,2	- 53
EBIT	0,0	- 6,0	- 100
Jahresüberschuss	0,0	- 3,9	- 100
Investitionen	0,2	1,1	- 82
Mitarbeiter (im Jahresdurchschnitt)	11	39	- 72

Eckdaten einzustellender Geschäftsbereich

Aus dem Abverkauf der Lagerbestände an schnurlosen Telefonen und Anrufbeantwortern wurde ein Umsatz in Höhe von 9,4 Mio. Euro bei einem ausgeglichenen EBIT erzielt. Die Investitionen von 0,2 Mio. Euro betrafen Restzahlungen für Werkzeuge. Zum 1. Januar 2003 waren keine Mitarbeiter mehr im Geschäftsbereich Telekommunikation beschäftigt.



- Marketing, Vertrieb, Service, Qualität
- Entwicklung
- Produktion
- Verwaltung, Dienstleistung
- Auszubildende
- Sonstige

Mitarbeiterstruktur in Prozent

Telekommunikation planmäßig eingestellt

MARKETING UND VERTRIEB VERSTÄRKT

Attraktive Neuheiten fördern internationale Positionierung

STÄRKUNG DER POSITION IN DEN INTERNATIONALEN MÄRKTEN

Die kontinuierliche Ausweitung der internationalen Präsenz von Loewe wurde im Berichtszeitraum erfolgreich vorangetrieben. Mit der Einführung zusätzlicher Real-Flat-Geräte der Produktfamilien Articos, Aconda, Vitros und Aventos konnte die Positionierung von Loewe als Hersteller anspruchsvoller und fortschrittlicher Lösungen der Unterhaltungselektronik ausgebaut werden. Im Mittelpunkt standen dabei die wichtigen europäischen Zielmärkte, die USA und Australien.

Die Markteinführung des Aventos 3981 ZW im November 2002 bietet unseren Kunden einen interessanten Einstieg in das mittelpreisige Real-Flat-Segment. Das MediaPlus-Konzept ermöglicht die Aufrüstung des Gerätes mit Internetzugang, Digital TV, Home Cinema Sound oder Wireless Home Automation. So wurde neben erstklassigem Design konsequent der hohe individuelle Nutzen umgesetzt. Dies verleiht dem Produkt eine besondere Attraktivität und differenziert es wirkungsvoll vom Wettbewerb.

Am 8. Januar 2002 startete die in Plymouth/Massachusetts, USA, gegründete Tochtergesellschaft Loewe Opta, Inc., das Geschäft. Sie vermarktet speziell für den nordamerikanischen Markt entwickelte High-End-Produkte für den anspruchsvollen US-Konsumenten über ein mehr als 400 Händler umfassendes Partnernetz des spezialisierten Fachhandels.

Unser europäisches Engagement haben wir durch die Übernahme des Loewe Vertriebspartners in Frankreich verstärkt. Dieser vertreibt seit fünf Jahren Loewe Produkte in Frankreich und hat in diesem zukunftssträchtigen Markt wichtige Aufbauarbeit geleistet. Die Präsenz von Loewe in Frankreich mit einer eigenen Tochtergesellschaft ist ein weiterer wichtiger Meilenstein der Internationalisierung des Unternehmens.

SYSTEMLÖSUNGEN FÜR GELUNGENEN HOME-MULTIMEDIA-GENUSS

Loewe hat seine Systems-Linie weiter ausgebaut. Die erfolgreiche Einführung der neuen Certos-Audioanlage und des neuen Subwoofer-Satelliten-Systems Concertos komplettiert die Verschmelzung von TV, DVD, Audio und Internet zu einem einzigartigen Home-Cinema-System. Die neue Systems-Linie überzeugt nicht nur durch das außergewöhnliche Design, sondern auch durch das modulare Konzept sowie die Klarheit der Produktgestaltung und Bedienungsführung.

Die Systems-Linie ist eine komplett integrierte audiovisuelle Lösung. Mit der Einbindung des flachen Spheros-42"-Plasmabildschirms in die Systems-Linie öffnen sich dem Kunden innovative Kombinationen zur Kreation seines individuellen Home-Entertainment-Systems. Im zweiten Halbjahr 2002 wurde das komplette Systemprogramm im Rahmen einer internationalen Markteinführungskampagne in den westeuropäischen Ländern sowie Russland vorgestellt. Die Presse in Deutschland bewertet die Systems-Linie übereinstimmend als Referenzklasse, was die herausragende Leistung dieses anspruchsvollen Produkts in Qualität und Design bestätigt.

Seit 1998 bietet Loewe TV-Geräte mit integriertem Internetzugang an. Das neue TV-OnlinePlus-Modul, das im August 2002 europaweit eingeführt wurde, untermauert den technologischen Vorsprung von Loewe. Es setzt einen weiteren Meilenstein in der Konvergenz von Fernsehen und Internet. Das Modul garantiert den bewährten Einsatz für die von Loewe entwickelten Dienste zap2web und zap2text sowie den Loewe Channel. Gleichzeitig bietet es eine höhere Leistungsfähigkeit und mehr Flexibilität für die Nutzung des Highspeed-Internets. Der direkte Anschluss von Peripheriegeräten über USB, Funktionen für Chat und Messaging oder der Anschluss eines Home-Servers bieten zusätzlichen Mehrwert. OnlinePlus lässt damit Visionen vom Fernseher als zentrale, interaktive Komponente des digitalen Heimnetzwerks Realität werden.

Neue Systems-Linie bietet audiovisuelle Gesamtlösung

AUSGEZEICHNETES DESIGN

Auch 2002 wurde die herausragende Qualität des Designs der Loewe Geräte durch mehrfache Auszeichnungen bestätigt. Das iF International Forum Design Hannover hat insgesamt sieben unserer Produkte prämiert, darunter die Fernseher Aconda select 9581 ZWH und Articos 32, das Subwoofer-Satelliten-System Concertos sowie die Fernbedienung RC1. Zusätzlich erhielt Loewe den „iF Silver Award“ für die Certos-Audioanlage. Das DesignZentrum Nordrhein-Westfalen hat den Produkten Articos 32, Certos und RC1 den „red dot award“ verliehen. Weiterhin wurde der Aconda 32“ mit dem „Good Design Award“ des Chicago Athenaeum Museum of Architecture and Design ausgezeichnet.

AUSGEZEICHNETES MARKETING

Die konsequente Weiterentwicklung der Marke Loewe zur internationalen Premiummarke ist ein wichtiges Ziel zum Ausbau der weltweiten Marktstellung. Vor diesem Hintergrund stellt die Verleihung des Deutschen Marketing Preises 2002 an Loewe einen besonderen Höhepunkt dar. Der renommierte Preis wurde erstmals an ein Unternehmen der Unterhaltungselektronik verliehen. Er würdigt eine Marketingleistung, die herausragend in ihrer Konzeption für eine konsequente Marktorientierung ist. Der Preis wurde am 8. November 2002 im Rahmen des Deutschen Marketing Tages überreicht.

Renommierte Preise honorieren die Leistungen in Design und Marketing



Loewe Certos für neues Erleben durch CD oder DVD:
Beste Technik mit bestechendem Design auf engstem Raum.



AUSWEITUNG DES PRODUKTPORTFOLIOS UND STEIGERUNG DER QUALITÄT

Im Geschäftsjahr wurden ganz wesentliche Investitionen getätigt, um neue Produktkategorien in Produktion zu nehmen, z. B. die Hi-Fi-Anlage Certos, das Lautsprechersystem Concertos und der LCD-Fernseher Spheros 20. Dazu wurden hochflexible Produktionslinien konzipiert und installiert. Sie gewährleisteten in Gruppenarbeitsstruktur eine individuelle Anpassung an die jeweiligen Markterfordernisse ohne Zeitverzug. Für die Fertigung der Bildröhrengeräte brachten wir alle Montagelinien auf den modernsten Stand.

Aktivitäten zur Steigerung der Qualität bildeten einen weiteren Schwerpunkt im Produktionsbereich. Hier waren insbesondere Investitionen in die Bereiche Löttechnologie, optische Inspektion und Chargenverfolgung der Bauteile prägend.

ENTWICKLUNG NEUER PRODUKTE

In 2002 stellte Loewe alle 100-Hz-Bildröhrengeräte auf die neue Chassisplattform um. Mit dieser Plattform kann das MediaPlus-Modularkonzept nun durchgängig zum Einsatz kommen. Gleichzeitig wird eine weitere Steigerung der Bildqualität erreicht.

In der Geräteentwicklung standen neue Produktlinien mit Real-Flat-Bildröhren im Vordergrund. Die erste dieser Gerätelinien, Aventos, ging bereits in Produktion. Die Serienanläufe der weiteren Produkte sind für 2003 vorgesehen.

Loewe verfügt heute über Know-how und Produkte in allen bedeutenden Displaytechnologien. Neben der traditionellen Bildröhre finden die Plasmatechnologie, die LCD-Technik und die Rückprojektion auf Basis der DLP-Technologie Einsatz in Loewe Produkten. Mit dem LCD-Gerät Spheros 20 wurde im Bereich der neuen Displaytechnologien eine erste Eigenentwicklung durchgeführt. Seit Dezember 2002 wird Spheros 20 in Serie produziert.

Bis zur Vorserie entwickelten wir die neue Plasma-Gerätelinie im 42"-Format und ein Rückprojektionsgerät auf Basis der DLP-Technologie im 55"-Format. Beide Geräte gehen 2003 sowohl für den europäischen als auch für den amerikanischen Markt in Produktion. Das Sortiment in den USA erweiterten wir durch die Einführung von Produkten, die im europäischen Markt bereits etabliert sind.

Von größter Bedeutung war 2002 der Entwicklungsabschluss der Systems-Linie. Die Systems-Linie umfasst nun neben der Displaytechnologie die DVD/Audio-Technologie der Hi-Fi-Anlage Certos sowie das Subwoofer-Satelliten-System Concertos. Damit ist eine Plattform geschaffen, die für die Heimkino- und Systemlösungen der Zukunft richtungweisend ist.

DIGITALES FERNSEHEN UND INTERNET

Mit der Chassisplattform Q 2500 wurde das Satellitenmodul DVBi1 in alle neuen Produkte integriert. Parallel arbeiteten wir an der Entwicklung der nächsten DVB-Generation DVBi2. Dieses neue DVB-Satellitenmodul wird den Direktempfang von Pay-TV-Programmen, insbesondere von Premiere, ohne Zusatzboxen ermöglichen. In Verbindung mit dem integrierten AC3-Modul und dem Subwoofer-Satelliten-System Concertos lässt sich die direkte Wiedergabe von Kinofilmen mit digitalem Raumklang realisieren.

Im Bereich der internettauglichen Fernsehgeräte hat Loewe die Entwicklung der dritten Generation des Online-Moduls abgeschlossen. Das Modul ist in den Markt eingeführt und überzeugt durch eine höhere Leistungsfähigkeit des Prozessors. Es bringt zum einen eine deutliche Komfortsteigerung und erweitert zum anderen den Nutzungshorizont der Internetfunktionalitäten, wie z. B. Realaudio und Realvideo.

In unterschiedlichen Vorentwicklungsprojekten wurde das Know-how in den Bereichen multimedialer Hard- und Softwareplattformen für Endgeräte, Heimvernetzung, Bediensysteme und Rückprojektion systematisch weiter ausgebaut. Die Entwicklungsprojekte wurden zum Teil mit öffentlichen Fördermitteln unterstützt. Mit Blick auf die Zukunft sind Projektskizzen für neue Grundlagenprojekte im Kontext des 6. Rahmenforschungsprogramms der Europäischen Union erarbeitet worden.

Know-how in zukunftsgerichteten Neuentwicklungen umgesetzt

Loewe vernetzt digitale Technologien

SOLIDE VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

Die profitable Geschäftsentwicklung in 2002 und die abgeschlossene Einstellung des Geschäftsbereiches Telekommunikation ermöglichten insgesamt eine weitere Verbesserung der Vermögens- und Finanzlage.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Anlagevermögen*	67,4	62,4	8
Vorratsvermögen*	54,6	45,1	21
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen*	81,4	86,1	- 5
Sonstiges Umlaufvermögen*	8,3	15,6	- 47
Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches	0,1	11,7	- 99
Summe Aktiva	211,8	220,9	- 4
Eigenkapital inkl. Anteile in Fremdbesitz	81,7	76,0	8
Rückstellungen*	76,9	79,8	- 4
Verbindlichkeiten*	52,6	58,5	- 10
Rückstellungen/Verbindlichkeiten des einzustellenden Geschäftsbereiches	0,6	6,6	- 91
Summe Passiva	211,8	220,9	- 4

Eckdaten Konzernbilanz

* nur Geschäftsbereich Home Media Systems

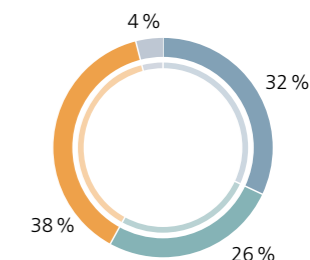
BILANZSUMME LEICHT REDUZIERT

Die Bilanzsumme reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 9,1 Mio. Euro auf 211,8 Mio. Euro. Das höhere Vorrats- und Anlagevermögen wurde durch geringere Vermögenswerte des eingestellten Geschäftsbereiches Telekommunikation überkompensiert.

ANLAGEVERMÖGEN STEIGT DURCH NEUES LOGISTIKZENTRUM

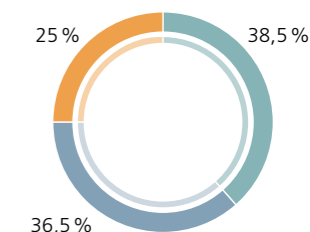
in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Immaterielle Vermögensgegenstände	10,2	9,5	7
Sachanlagen	57,0	52,6	8
Finanzanlagen	0,2	0,3	- 33
Anlagevermögen, Gesamt	67,4	62,4	8
in % der Bilanzsumme	31,8	28,2	

Anlagevermögen Home Media Systems



- Anlagevermögen
- Vorratsvermögen
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
- Sonstiges Umlaufvermögen

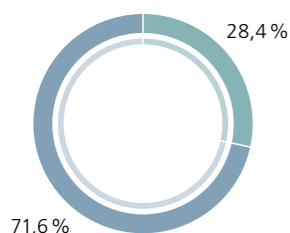
Aktiva in Prozent



- Eigenkapital
- Rückstellungen
- Verbindlichkeiten

Passiva in Prozent

Die Immateriellen Vermögensgegenstände betreffen vornehmlich nach den International Accounting Standards (IAS) zu bilanzierende Entwicklungskosten für neue Produkte. Die Sachanlagen umfassen sowohl Grundstücke und Gebäude als auch die Produktionsanlagen und sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung am Sitz der Gesellschaft in Kronach. Der Anstieg um 4,4 Mio. Euro betrifft hauptsächlich die Fertigstellung des neuen Logistikzentrums in Kronach. Des Weiteren sind darin Werkzeuge für Designteile enthalten, die sich fast ausschließlich bei Lieferanten befinden, sowie Präsentationssysteme für Loewe Produkte beim Fachhandel.



- Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Unfertige Erzeugnisse
- Fertige Erzeugnisse und Waren

Vorratsvermögen in Prozent

VORRATSVERMÖGEN HÖHER ALS GEPLANT

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Unfertige Erzeugnisse	15,5	14,5	7
Fertige Erzeugnisse und Waren	39,1	30,6	28
Vorräte, Gesamt	54,6	45,1	21
in % der Bilanzsumme	25,8	20,4	

Vorräte Home Media Systems

Der Anstieg der Vorräte um 21% auf 54,6 Mio. Euro resultiert überwiegend aus den nicht erreichten Absatzzielen im zweiten Halbjahr 2002.

Der Bestand an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen ist Ende 2002 leicht erhöht, da kurzfristige Produktionskürzungen im Dezember nicht ausreichend durch reduzierte Materiallieferungen kompensiert werden konnten.

Der Anstieg der Vorräte betrifft hauptsächlich die Fertigen Erzeugnisse und Waren, die sich um 28% auf 39,1 Mio. Euro erhöhten. Hierbei handelt es sich vorrangig um Fernsehgeräte aus eigener Herstellung und teilweise zugekaufte Hi-Fi-Lautsprechersysteme.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Fernsehgeräte	26,0	19,6	33
DVD-Player	0,7	0,4	75
Videorecorder	0,5	0,9	- 44
Hi-Fi	3,1	1,3	138
Zubehör und sonstige Bestände	8,8	8,4	5
Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren, Gesamt	39,1	30,6	28

Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren Home Media Systems

Der Anstieg der Fertigerzeugnisse und Waren um 8,5 Mio. Euro betrifft US-spezifische Geräte in Höhe von 3,7 Mio. Euro im neu eingerichteten Warenlager in den USA. Es ist davon auszugehen, dass dieses Lagervolumen auf Basis der in den nächsten Monaten erwarteten

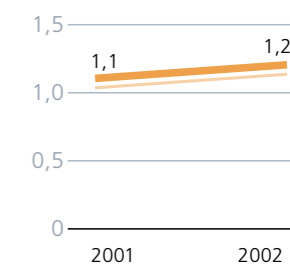
Umsätze um rund 2 Mio. Euro überhöht ist. Ein ähnliches Bild ergibt sich in dem zentralen Warenlager der Loewe Opta GmbH in Deutschland. Der um 16% angewachsene Lagerwert übersteigt den durchschnittlichen Normalbestand um rund 6 Mio. Euro. Hauptursache sind die nicht vollständig realisierten Absatzpläne im zweiten Halbjahr 2002.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Deutschland	32,2	27,7	16
Benelux	3,1	2,9	7
Frankreich	0,1		
USA	3,7		

Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren, Gesamt	39,1	30,6	28
--	-------------	-------------	-----------

Vorräte Fertige Erzeugnisse und Waren Home Media Systems

Insgesamt ergibt sich für das Fertigwarenlager eine durchschnittliche Lagerreichweite von 1,2 Monaten. Der Normalbestand liegt bei rund 1,0 Monaten.



Lagerreichweite in Monaten

GERINGERE FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Deutschland	46,3	46,1	0
Benelux	5,3	6,0	- 12
Frankreich	3,2		
USA	1,6		
Sonstige Länder	25,0	34,0	- 26

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Gesamt	81,4	86,1	- 5
in % der Bilanzsumme	38,4	39,0	

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen Home Media Systems

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verminderten sich um 4,7 Mio. Euro auf 81,4 Mio. Euro. Dies resultiert aus dem im vierten Quartal 2002 um rund 5% geringeren Umsatzvolumen. Die durchschnittliche Laufzeit der Forderungen betrug knapp zwei Monate und reduzierte sich leicht gegenüber dem Vorjahr.

SONSTIGES UMLAUFVERMÖGEN SINKT AUFGRUND GERINGERER LIQUIDER MITTEL

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Andere kurzfristige Forderungen	4,5	4,8	- 6
Liquide Mittel	3,7	9,5	- 61
Latente Steuerforderungen	0,1	1,3	- 92
Sonstiges Umlaufvermögen, Gesamt	8,3	15,6	- 47
in % der Bilanzsumme	3,9	7,1	

Sonstiges Umlaufvermögen Home Media Systems

Gegenüber dem Vorjahr haben sich bei den Anderen kurzfristigen Forderungen keine nennenswerten Veränderungen ergeben. Die Liquididen Mittel verminderten sich um 5,8 Mio. Euro und die Latenten Steuerforderungen um 1,2 Mio. Euro.

VERMÖGEN DES EINZUSTELLENDEN GESCHÄFTSBEREICHES VERWERTET

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Vorräte	0,0	6,6	- 100
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,1	5,0	- 98
Liquide Mittel	0,0	0,1	- 100
Vermögenswerte, Gesamt	0,1	11,7	- 99
in % der Bilanzsumme	0,0	5,3	

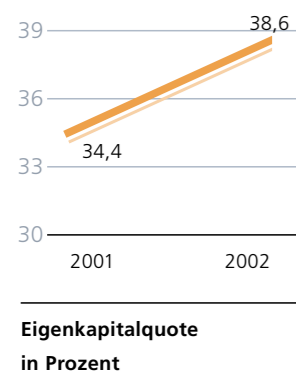
Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches

Die Vermögenswerte des eingestellten Geschäftsbereiches wurden in 2002 nahezu vollständig realisiert. Das voll wertberichtigte Anlagevermögen und der verbliebene Warenbestand konnten veräußert werden.

FINANZKRAFT WEITER GESTÄRKT

EIGENKAPITALBASIS VERBESSERT

Das Eigenkapital erhöhte sich um den Jahresüberschuss von 10,9 Mio. Euro sowie durch den Zufluss von 0,5 Mio. Euro aus einer Kapitalerhöhung im Rahmen des Aktienoptionsprogramms für Mitarbeiter und verminderte sich um die im Juni 2002 gezahlte Dividende von 6,1 Mio. Euro. Die vorgeschlagene Dividende für das Geschäftsjahr 2002 beträgt wie im Vorjahr 6,1 Mio. Euro und ist im Gewinnvortrag enthalten. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich von 34,4 % auf 38,6 %.



in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Eigenkapital	80,5	75,2	7
Anteile in Fremdbesitz	1,2	0,8	50
Eigenkapital einschließlich Anteile in Fremdbesitz	81,7	76,0	8
in % der Bilanzsumme	38,6	34,4	

Eigenkapital einschließlich Anteile in Fremdbesitz

Die Anteile in Fremdbesitz betreffen Minderheitsbeteiligungen an der Loewe Opta GmbH von 1 %, an der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. von 10 % und an der Loewe France S.A. von 25 %.

GERINGERE RÜCKSTELLUNGEN ERFORDERLICH

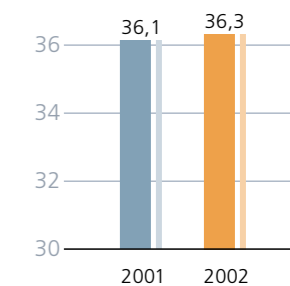
in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Pensionsrückstellungen	28,2	27,7	2
Steuerrückstellungen	1,0	1,9	- 47
Sonstige Rückstellungen	47,7	50,2	- 5
Rückstellungen, Gesamt	76,9	79,8	- 4
in % der Bilanzsumme	36,3	36,1	

Rückstellungen Home Media Systems

Die Erhöhung der Pensionsrückstellungen auf 28,2 Mio. Euro resultiert aus planmäßigen Zuführungen. Die Steuerrückstellungen reduzierten sich auf 1,0 Mio. Euro aufgrund der in 2002 geleisteten Vorauszahlungen. Die Sonstigen Rückstellungen sanken um 5 % auf 47,7 Mio. Euro.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Jahresumsatzvergütungen	16,1	20,5	- 21
Garantiekosten	8,4	7,1	18
Personalkosten	9,9	7,1	39
Lizenzkosten	4,3	6,2	- 31
Übrige	9,0	9,3	- 3
Sonstige Rückstellungen, Gesamt	47,7	50,2	- 5
in % der Bilanzsumme	22,5	22,7	

Sonstige Rückstellungen Home Media Systems



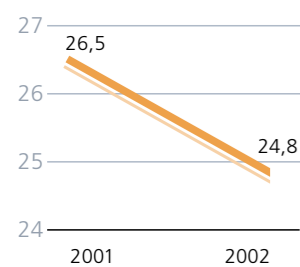
Rückstellungen in Prozent der Bilanzsumme



Der Rückstellungsbedarf für Bonusvergütungen an die Handelspartner ist deutlich gesunken. Ebenfalls niedriger sind die erforderlichen Rückstellungen für Lizenzzahlungen aus behaupteten Schutzrechtsverletzungen, da 2002 Vereinbarungen über strittige Schutzrechtszahlungen abgeschlossen werden konnten. Höhere Rückstellungen für Garantiekosten resultieren aus der Sicherheitsüberprüfungsaktion von Loewe Fernsehgeräten. Der gestiegene Rückstellungsbedarf für Personalkosten ist im Wesentlichen auf erwartete Kosten für abgeschlossene Altersteilzeitregelungen zurückzuführen.

VERBINDLICHKEITEN GESUNKEN

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Langfristige Schulden	3,4	4,3	- 21
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	26,3	29,8	- 12
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	22,9	24,4	- 6
Verbindlichkeiten, Gesamt	52,6	58,5	- 10
in % der Bilanzsumme	24,8	26,5	



Anteil der Verbindlichkeiten an der Bilanzsumme in Prozent

Verbindlichkeiten Home Media Systems

Die Verbindlichkeiten verminderten sich um 10 % auf 52,6 Mio. Euro. Die Tilgung der Langfristigen Schulden erfolgte planmäßig um 0,9 Mio. Euro. Der deutliche Rückgang der

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen spiegelt das in den letzten Monaten des Jahres 2002 reduzierte Einkaufsvolumen wider. Die Anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten sind leicht gesunken.

RÜCKSTELLUNGEN UND VERBINDLICHKEITEN DES EINZUSTELLENDEN GESCHÄFTSBEREICHES DEUTLICH REDUZIERT

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Sonstige Rückstellungen	0,5	3,2	- 84
Verbindlichkeiten	0,1	3,4	- 97
Rückstellungen und Verbindlichkeiten, Gesamt	0,6	6,6	- 91
in % der Bilanzsumme	0,3	3,0	

Rückstellungen und Verbindlichkeiten des eingestellten Geschäftsbereiches

Die verbleibenden Rückstellungen betreffen in der Hauptsache die erwarteten Aufwendungen für Gewährleistungen bei Telekommunikationsprodukten und Maßnahmen im Zusammenhang mit der Einstellung dieses Geschäftsbereiches.

VORRATSAUFBAU BELASTETE FREIEN CASHFLOW

Die geringere Profitabilität und der Aufbau des Nettoumlaufvermögens bei annähernd konstanten Investitionsausgaben führten im Geschäftsbereich Home Media Systems zu einem negativen freien Cashflow, der größtenteils durch den positiven freien Cashflow des eingestellten Geschäftsbereiches kompensiert wurde.

in Mio. Euro	2002	2001	+/- in %
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen*	31,5	35,8	- 12
Veränderung des Nettoumlaufvermögens*	- 12,4	- 2,3	- 439
Cashflow aus Investitionstätigkeit*	- 26,1	- 24,5	- 7
Freier Cashflow Home Media Systems	- 7,0	9,0	- 178
Freier Cashflow des einzustellenden Geschäftsbereiches	5,7	- 10,8	153
Freier Cashflow, Gesamt	- 1,3	- 1,8	28

Wesentliche Eckwerte der Konzern-Kapitalflussrechnung

* nur Geschäftsbereich Home Media Systems

Freier Cashflow leicht negativ

Der Cashflow vor Änderung des Nettoumlaufvermögens liegt mit 31,5 Mio. Euro um 4,3 Mio. Euro unter dem Vorjahr. Der Rückgang resultiert vorrangig aus dem um 5,7 Mio. Euro geringeren Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Positiv wirkten die niedrigen Ertragssteuerzahlungen.

in Mio. Euro	2002	2001	+/-
Vorräte	54,6	45,1	9,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	81,4	86,1	- 4,7
Sonstige Vermögensgegenstände*	3,0	4,8	- 1,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	- 26,3	- 29,8	3,5
Sonstige Rückstellungen	- 47,7	- 50,2	2,5
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	- 5,5	- 8,9	3,4
Nettoumlaufvermögen Home Media Systems	59,5	47,1	12,4

Nettoumlaufvermögen Home Media Systems

* ohne Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Das Nettoumlaufvermögen ist um 12,4 Mio. Euro bzw. 26 % auf 59,5 Mio. Euro deutlich gestiegen. Hauptursache ist der Aufbau der Vorräte um 9,5 Mio. Euro. Der Abbau der

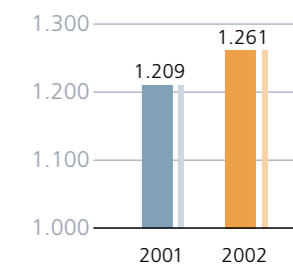
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die niedrigeren Sonstigen Vermögensgegenstände von zusammen 6,5 Mio. Euro reichten nur für einen Teilausgleich. Darüber hinaus erfolgte ein Abbau bei den Rückstellungen und Verbindlichkeiten von insgesamt 9,4 Mio. Euro. Der geringere Materialbedarf führte zu einer Verminderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Die nicht erreichten Umsatzziele der Vertriebspartner bewirkten eine niedrigere Rückstellung für Jahresbonifikationen.

Der Mittelabfluss für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,6 Mio. Euro auf 26,1 Mio. Euro.

Im Geschäftsbereich Home Media Systems entstand 2002 ein negativer freier Cashflow von 7,0 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahr ist der freie Cashflow hauptsächlich durch den hohen Anstieg des Nettoumlaufvermögens um 16 Mio. Euro ungünstiger. Dagegen konnte im eingestellten Geschäftsbereich Telekommunikation durch den Abbau des Nettoumlaufvermögens ein positiver freier Cashflow von 5,7 Mio. Euro realisiert werden. Insgesamt ist damit im Konzern 2002 ein leicht negativer freier Cashflow von 1,3 Mio. Euro entstanden, der aber um 0,5 Mio. Euro günstiger als im Vorjahr ausgefallen ist.

FÖRDERUNG DER QUALIFIKATION UND MOTIVATION**ZAHL DER MITARBEITER GESTIEGEN**

Loewe beschäftigte im vergangenen Jahr durchschnittlich 1.261 Mitarbeiter, 52 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr. Im Geschäftsbereich Home Media Systems waren 1.250 Mitarbeiter, im eingestellten Geschäftsbereich Telekommunikation 11 Mitarbeiter tätig. Die Zahl der Mitarbeiter in ausländischen Tochtergesellschaften erhöhte sich im Jahresdurchschnitt um 34 auf 77 Beschäftigte. Dies entspricht einem Anteil von 6 % an der Gesamtbelegschaft. Der Zuwachs auf internationaler Ebene ist insbesondere durch die von den Distributoren übernommenen Vertriebsaktivitäten in den USA und in Frankreich bedingt. 103 Mitarbeiter befanden sich Ende 2002 in der Berufsausbildung.

**Mitarbeiter****AUSBILDUNG UND WEITERENTWICKLUNG DER QUALIFIKATION DER MITARBEITER****HOHE BEDEUTUNG DER BERUFSAUSBILDUNG**

Die Berufsausbildung für junge Menschen hat bei Loewe auch weiterhin einen hohen Stellenwert. Rund 8 % der Mitarbeiter sind Auszubildende, davon etwa 55 % im technischen und 45 % im kaufmännischen Bereich. Neue Ausbildungsrichtungen wie Eurokaufleute, Informationstechnologiekaufleute, Mechatroniker und Fachinformatiker wurden erfolgreich eingeführt. Loewe ist in der Region für die Qualität der schulbegleitenden Ausbildungsmaßnahmen bekannt und dadurch ein sehr attraktiver Arbeitgeber. Neben der fachlichen Ausbildung legen wir Wert auf die Förderung der sozialen Kompetenzen und die Entwicklung von Schlüsselqualifikationen. Bei den Prüfungen erzielen über 50 % der Absolventen stets sehr gute und gute Leistungen.

QUALIFIKATION DER MITARBEITER

Die permanente Weiterqualifizierung der Mitarbeiter wurde 2002 durch das Loewe Excellence-Programm in besonderer Weise ergänzt. Mehr als 520 Mitarbeiter haben hier im vergangenen Jahr eine Schulung absolviert. Bis Mai 2003 wird jeder Mitarbeiter das Loewe Excellence-Training durchlaufen haben.

Excellence-Programm steigert die Kompetenz der Mitarbeiter

GEWINNUNG HOCH QUALIFIZIERTER NEUER MITARBEITER

Zur Gewinnung neuer Mitarbeiter nutzen wir die positive Ausstrahlung der Marke Loewe. Das Personalmarketing arbeitet darauf hin, die Attraktivität der Produkte auf den Arbeitgeber Loewe zu übertragen. Die wachsende Zahl von Bewerbungen aus dem Ausland verdeutlicht, dass dieses Konzept ebenso im Hinblick auf die fortschreitende Internationalisierung erfolg-

reich ist. Weltoffen zeigt sich Loewe auch auf den Gebieten Hochschulkontakte und internationaler Studentenaustausch. So absolvierten unter anderem mongolische und ruandische Studenten der Universitäten Dresden und Bayreuth ihr Praktikum in unserem Unternehmen.

MOTIVATION DER MITARBEITER DURCH MESSBARE ZIELE

Zu den vielen Leistungsanreizen für Führungskräfte und Fachspezialisten aller Ebenen und Bereiche zählt eine variable Vergütungskomponente, die an die Erfüllung von vereinbarten Zielen geknüpft ist. Die Vereinbarung von persönlichen Zielen zwischen Mitarbeitern und Vorgesetzten stellt seit 2002 sicher, dass die Strategie- und Budgetziele durchgehend bis auf Mitarbeiterebene heruntergebrochen werden. Für jede Führungskraft ist ein Teil der Vergütung direkt an den eigenen Beitrag zur Realisierung der Unternehmensstrategie geknüpft. Hierdurch entsteht eine starke Motivationswirkung.

REGELMÄSSIGE MITARBEITERBEFRAGUNGEN

Die Motivation der Mitarbeiter wird nicht nur durch finanzielle Anreize gefördert. Auch das Umfeld muss stimmen. Der Weiterentwicklung auf diesem Gebiet dienen regelmäßige Studien zur Mitarbeiterzufriedenheit. Im vergangenen Jahr beteiligten sich hieran etwa 92 % der Mitarbeiter. Die Ergebnisse werden in Workshop-Reihen analysiert und von Projektteams auf Basis unserer Excellence-Methodik bearbeitet. Die gewonnenen Erkenntnisse und durchgeführten Aktivitäten führen zu einer Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit.

Hohe Mitarbeiter-
zufriedenheit bei Loewe

DANK AN DIE MITARBEITER

Das Jahr 2002 hat wieder in besonderem Maße das Engagement, das Können und die Flexibilität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefordert. Der Vorstand dankt allen Mitarbeitern und den Betriebsräten für ihren hohen persönlichen Einsatz im Interesse des Unternehmens.

HAUPTVERSAMMLUNG AM 26. JUNI 2002

Die Hauptversammlung der Loewe AG in München am 26. Juni 2002 hat u. a. folgende Beschlüsse gefasst:

Der im Jahresabschluss der Gesellschaft ausgewiesene Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2001 in Höhe von 6,4 Mio. Euro wird zur Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 6,1 Mio. Euro verwandt. 0,3 Mio. Euro wurden auf neue Rechnung vorgetragen. Die Dividende von 0,85 Euro je Stückaktie wurde am 27. Juni 2002 ausbezahlt.

Die in der Gründersatzung erteilte Ermächtigung zur Erhöhung des Grundkapitals, die mit einem Betrag von 425.000 Euro noch nicht ausgenutzt worden war, wird aufgehoben.

Der Vorstand wurde ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis spätestens zum 26. Juni 2007 durch Ausgabe von bis zu 3.500.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien um bis zu insgesamt 3.500.000 Euro zu erhöhen. Das den Aktionären einzuräumende Bezugsrecht kann nur unter den bekannten Voraussetzungen ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus wurde beschlossen, dass jedes Aufsichtsratsmitglied neben dem Ersatz seiner Auslagen und einer jährlich zahlbaren festen Vergütung eine veränderliche Vergütung in Abhängigkeit von der Entwicklung des Ergebnisses je Aktie der Loewe AG erhält.

Die Gesellschaft wurde ermächtigt, für die Mitglieder des Aufsichtsrats so genannte D&O-Versicherungen abzuschließen, wobei die Prämien angemessen sein müssen und von der Gesellschaft übernommen werden.

Hauptversammlung
stimmt Verwaltungs-
vorschlägen zu



Loewe Home-Cinema-System: Fernseher Articos, Concertos Bassmodul und Boxen mit Certos DVD/CD. Das perfekte Zusammenspiel von Hören und Sehen eröffnet dem Erleben im persönlichen Wohnraum eine völlig neue Dimension.



UMWELTMANAGEMENT WIRD KONSEQUENT BETRIEBEN

Über die Einhaltung der umweltrechtlichen Anforderungen hinaus will Loewe die Umweltauswirkungen aller Unternehmensaktivitäten kontinuierlich verringern.

Bei der Konzeption und dem Bau von Neubauten wird deshalb besonders auf einen sehr geringen Heizenergiebedarf geachtet. Das 2002 errichtete Logistikzentrum ist mit einer speziellen Heiztechnik ausgestattet, die neben einem geringen Energieverbrauch eine gleichmäßige Wärmeverteilung ohne Staubentwicklung gewährleistet.

Loewe fordert und fördert Umweltbewusstsein und Eigenverantwortung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Umwelt- und Sicherheitsschulungen haben ihren festen Platz im Unternehmensalltag. Das freiwillige Engagement vieler Mitarbeiter in der Werksfeuerwehr stellt sicher, dass bei nahezu allen denkbaren Störfällen kompetente, gut ausgerüstete Fachleute zeitnah vor Ort sind. Der Einsatz von Loewe für den betrieblichen Umweltschutz wird von der Mehrheit der Mitarbeiter mit gut bis vorbildlich beurteilt.

In enger Kooperation mit den Lieferanten arbeitet Loewe an der umweltorientierten Optimierung der gesamten Produktionskette. Die durch die EcoTopTen-Kampagne angeregten Anstrengungen zur umweltorientierten Produktoptimierung zeigen erste Erfolge. Sie unterstützen das Bestreben von Loewe, technisch hochwertige und umweltfreundliche Produkte auf den Markt zu bringen.

Das Konzept zur Abfallvermeidung sieht die frühzeitige Einbindung der Lieferanten bei der Auswahl von geeigneten Verpackungen vor. Bei angemessener Entfernung hat stets die Verwendung von Umlaufverpackungen Vorrang. Ist dies logistisch nicht möglich, werden Verpackungen gefordert, für die bei Loewe ein geeignetes Sammelsystem besteht. So kann das Material anschließend einer hochwertigen Verwertung zugeführt werden.

HEUTE ERFOLGREICH. MORGEN EXZELLENT.

Um am Markt erfolgreich zu sein, ist es gerade angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erforderlich, die Qualität der Arbeit und Produkte weiter zu steigern sowie die Kosten zu reduzieren. Dieses Ziel strebt Loewe mit dem mittelfristig angelegten, umfassenden Veränderungsprozess Loewe Excellence an. Die Unternehmensführung stellt an sich und an die Mitarbeiter den Anspruch nach Excellence, das heißt nach herausragenden Vorgehensweisen und Arbeitsergebnissen. 2002 starteten deshalb die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbeziehenden Excellence-Trainings. Interne Trainer haben den Loewe Excellence-Ansatz inzwischen mehr als 520 Personen direkt vermittelt. In 1,5 bzw. 3 Tage dauernden Trainings wurden nützliche Methoden – z. B. zu vereinheitlichtem Prozessmanagement oder standardisierten Problemlösungsprozessen – sowie einige zugehörige Werkzeuge eingeübt. Unmittelbar nach dem Training gehen die Teilnehmer den Schritt von der Theorie zur Praxis und setzen das Erlernte in Erstanwendungen nutzbringend ein. 2003 liegt der Schwerpunkt der Trainingsmaßnahmen bei den gewerblichen Mitarbeitern der Produktion, so dass Mitte des Jahres alle Loewe Mitarbeiter die Excellence-Methoden und -Werkzeuge kennen und anwenden können.

RISIKEN DER KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG

AKTIVES RISIKOMANAGEMENT BEI LOEWE

Als integraler Bestandteil der Prozesse und Strukturen bei Loewe hat das Risikomanagement zum Ziel, das Risikobewusstsein kontinuierlich zu schärfen, Risiken zu identifizieren, zu bewerten und durch geeignete Maßnahmen zu beherrschen. Der ganzheitlichen Betrachtungsweise von Risiken und Chancen kommt in diesem Zusammenhang eine wichtige Bedeutung zu.

Der Vorstand betrachtet das Risikomanagement als zentrale Führungsaufgabe mit dezentraler Risikoverantwortung. Es soll einen wesentlichen Beitrag zur Wertsteigerung der Gesellschaft leisten. Der Internen Revision obliegt die zentrale Koordination und kontinuierliche Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems.

RISIKOFELDER IDENTIFIZIERT

Die wesentlichen Risikofelder von Loewe umfassen die termingerechte Einführung marktgerechter Produkte, die Positionierung als Premiummarke, den Ausbau bestehender und die Erschließung neuer Märkte in einem national wie international schwierigen wirtschaftlichen Umfeld sowie Technologie-, Beschaffungs-, Gewährleistungs-, Personal-, Zins- und Währungsrisiken. Die einzelnen Risiken stehen in wechselseitigen Beziehungen zueinander und können sich kumulieren. Insgesamt ergeben sich somit für 2002 einige Veränderungen zum Vorjahr, die sowohl die interne als auch die externe Risikoposition betreffen.

LÜCKEN IM PRODUKTSORTIMENT VERMEIDEN

Die wesentliche Bedeutung der kundenorientierten und termingerechten Einführung neuer Produkte zeigte sich 2002: Im Vergleich zum Wettbewerb war die Anzahl der von Loewe angebotenen Produkte mit Real-Flat-Bildröhren, speziell im mittleren Preissegment, zu gering. Dies hatte zur Folge, dass Loewe in diesem Marktsegment nicht ausreichend partizipieren konnte.

Das Jahr 2003 und auch die Folgejahre sind für Loewe insbesondere geprägt durch umfangreiche Produktneueinführungen. Die Erweiterung des Produktsortiments mit innovativer Technologie – LCD, Plasma, Rückprojektion – bildet die Basis, Loewe gegenüber dem Wettbewerb wichtige Vorteile zu verschaffen und weiter als Premiummarke zu positionieren.

Die Definition des zukünftigen Produktprogramms von Loewe beruht auf Annahmen bezüglich der erwarteten Marktgröße und der Preissituation. Diese Annahmen sind vor allem bei neuen Technologien wie LCD und Plasma besonders schwierig, da die Entwicklung der Mengen und Preise hier starke Veränderungen in kurzen Zeiträumen aufweist. Loewe versucht, dieses Risiko zu begrenzen, indem Marktstudien verschiedener Anbieter und Aussagen der Panellieferanten analysiert werden. Aus der Abwägung dieser verschiedenen Informationen leiten wir Marktszenarien ab, die eine sinnvolle Basis für die Produktdefinition bilden.

PREMIUMPOSITIONIERUNG IM WETTBEWERBSUMFELD VERTEIDIGEN

Das Design der Produkte als herausragendes Merkmal der Premiummarke Loewe unterliegt dem Risiko der Nachahmung durch den Wettbewerb. Durch den zunehmenden Anteil an Flachbildschirmen (LCD und Plasma) steigen die Herausforderungen an die Gestaltung des Designs, da die Differenzierungsmöglichkeiten im Wettbewerbsumfeld diesbezüglich geringer werden.

Den Schwierigkeiten der Differenzierung als Premiumanbieter begegnet Loewe durch konsequente Kooperation mit exzellenten Designern und einer Verstärkung des Handelsmarketings bei gleichzeitiger Intensivierung der Endkundenorientierung. Eine intensivere Handelsorientierung durch hochwertige Präsentationen, die Erweiterung des Customer Care Centers sowie gezielte Marketingaktivitäten bezogen auf den Endkunden sind hier beispielhaft. Weitere Differenzierungsmerkmale sind die Erweiterung des Systems-Programms für integrierte Home-Cinema-Lösungen und das MediaPlus-Chassis. Aufgrund seines modularen Konzepts ermöglicht es dem Kunden individuelle und maßgeschneiderte Anwendungen ohne Installation von Zusatzgeräten.

ABHÄNGIGKEIT VOM INLANDSMARKT REDUZIEREN, RISIKEN DER AUSLANDSGESELLSCHAFTEN BEGRENZEN

Der deutsche Markt war 2002 durch ein schwieriges wirtschaftliches Umfeld, gesunkene Kaufkraft, große Unsicherheit beim Konsumenten und hohen Wettbewerbsdruck gekennzeichnet. Eine nachhaltige wirtschaftliche Erholung ist auch zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht ersichtlich. Die daraus resultierende Kaufzurückhaltung – insbesondere im Bereich

Risikomanagement als bedeutende Querschnittsaufgabe fest etabliert

Vielzahl von Produktneueinführungen

Differenzierungspotenziale geringer

Umweltmanagement mit vielfältigen Ansatzpunkten

Excellence steigert Qualität der Arbeit und Produkte

Neue Tochtergesellschaften im Ausland

bestehender Bildröhrentechnologien wie Super Flat – könnte die erfolgreiche Entwicklung der Gesellschaft beeinträchtigen. Diesem Risiko wird mit der Ausweitung der Produktpalette bei Real-Flat-Geräten sowie Geräten in LCD-, Plasma- und Rückprojektionstechnologie begegnet.

Expansion in den europäischen und weiteren internationalen Märkten ist ebenso eine wesentliche Grundlage für weiteres Wachstum. In der Gründung von Tochtergesellschaften zur nachhaltigen Erschließung neuer Märkte in strategisch wichtigen Ländern liegt ein erhöhtes Risikopotenzial, was insbesondere die Entwicklung des USA-Geschäfts im Jahr 2002 gezeigt hat.

Bei international gleichermaßen schwierigen Rahmenbedingungen ist es daher notwendig, dass sich Loewe sowohl im Bereich Marketing/Vertrieb als auch hinsichtlich des Produktsortiments optimal auf die jeweils landesspezifischen Gegebenheiten und Maßstäbe ausrichtet. Mit der Neuorganisation der Bereiche Marketing/Vertrieb und der damit verbundenen stärkeren Ausrichtung auf internationale Marketingaktivitäten sind die Weichen hierfür gestellt.

Darüber hinaus sollen alle Auslandsgesellschaften eng an das unternehmensweit genutzte SAP R/3-System angebunden werden, um zu jedem Zeitpunkt ausreichende Transparenz zu gewährleisten. Weiterhin wird die 2002 neu eingerichtete Interne Revision auch die Auslandsgesellschaften analysieren.

RELEVANTE TECHNOLOGIEN BEHERRSCHEN, FLEXIBLE PRODUKTION ERMÖGLICHEN

Eine wesentliche Voraussetzung für den Unternehmenserfolg ist es, innovative Technologien marktreif zu machen und dem Kunden zur Verfügung zu stellen. Hierzu ist es erforderlich, das technologisch Machbare mit den Kundenanforderungen in Einklang zu bringen. Parallel kommt es darauf an, die Realisierungschancen der Technologien unter Berücksichtigung der Möglichkeiten des Wettbewerbs zu bewerten sowie Entwicklungsschwerpunkte zu definieren und umzusetzen.

Loewe Aventos mit Real-Flat-Bildröhre und einfachstem Bedienkomfort: Der ideale Einstieg in die faszinierende Loewe Fernsehwelt.



Dabei konzentriert sich Loewe auf eine leistungsfähige Anwendungsentwicklung. Grundlagenentwicklungen führen wir lediglich in geringerem Umfang im Rahmen von Förderprojekten staatlicher Institutionen durch. Loewe verfügt über vielfältige Kontakte zu Instituten, Universitäten und Forschungseinrichtungen bedeutender Unternehmen, mit denen eine enge Zusammenarbeit besteht – auch in Form gemeinsamer Projekte.

Der weitere Aufbau strategischer Partnerschaften mit Lieferanten im Umfeld LCD und Plasma ist von besonderer Bedeutung, da intensive Kooperation und regelmäßiger Informationsaustausch in einem Produktumfeld mit relativ kurzen Lebenszyklen einen wesentlichen Erfolgsfaktor darstellen.

Für die zeitnahe Bedarfsdeckung des Markts ist es entscheidend, in der Produktion auf Nachfrageschwankungen reagieren zu können, das heißt, den erforderlichen Flexibilitätsgrad unter Berücksichtigung von optimalen Losgrößen, Rüstzeiten etc. zu maximieren. Dem trägt Loewe Rechnung durch Standardisierungen und Mehrfachverwendungen in der Fertigung, vorbeugende Wartung sowie ausreichende Bevorratung notwendiger Komponenten und Ersatzteile.

BESCHAFFUNGSENGPÄSSE VERMEIDEN, HOHE MATERIALQUALITÄT GEWÄHRLEISTEN

Während sich das Risiko der Abhängigkeit von Lieferanten mit Alleinstellungsmerkmalen, wie z.B. bei der Beschaffung von Bildröhren, im Vergleich zum Vorjahr verringert hat, ist ein höheres Insolvenzrisiko bei Lieferanten zu erwarten. Die Einführung von Produkten neuer Technologien bringt zudem die Notwendigkeit des Einsatzes neuer Materialien und Lieferanten mit sich. Es ist somit notwendig, dass sich Loewe mit einem erhöhten Qualitätsrisiko bei der Materialbeschaffung auseinandersetzt.

Diesen Risiken begegnen wir mit dem gezielten Ausbau von Zweitlieferanten, einer Ausweitung der internationalen Ausrichtung in der Beschaffung sowie einer ganzheitlichen und systemintegrierten Beurteilung von Lieferanten, die 2003 ausgebaut wird. Weiterhin werden gezielte Maßnahmen zur besseren Lieferantenintegration im Sinne des Supply-Chain-Managements und des Electronic Procurement realisiert, um die erforderlichen Materialien kostengünstig, zum richtigen Zeitpunkt und in der vereinbarten Spezifikation und Qualität bereitzustellen.

PRODUKTHAFTUNGS- UND GEWÄHRLEISTUNGSRISIKEN BESCHRÄNKEN

Bei technologisch hochwertigen Produkten werden besondere Ansprüche an die Qualität gestellt. Um diese zu erfüllen und Produkthaftungs- und Gewährleistungsrisiken zu beschränken, legt Loewe – zusätzlich zu den bestehenden Qualitätssicherungssystemen – einen besonderen Fokus auf die vom Kunden „empfundene Qualität“. Diese Determinante wird an spezifischen Messpunkten in der Frühphase des Garantiezeitraums und nach dessen Ablauf ermittelt, um daraus Maßnahmen zur ganzheitlichen Qualitätssteigerung abzuleiten.

WÄHRUNGS- UND ZINSRISIKEN BEHERRSCHEN

Das unmittelbare Währungsrisiko ist trotz der internationalen Ausrichtung des Loewe Konzerns als moderat zu bezeichnen, da der überwiegende Anteil der Auslandsumsätze in Euro fakturiert wird. Verbleibenden Risiken aus Fremdwährungsgeschäften, wie z.B. beim USA-Geschäft, sowie Risiken aus Zinsentwicklungen wird teilweise mit dem Einsatz derivativer Finanzinstrumente begegnet. Die Steuerung des Einsatzes solcher Instrumente erfolgt zentral bei der Loewe AG. Die Vorgaben bezüglich Zuständigkeiten und Umfang des Einsatzes werden durch den Vorstand definiert.

MITARBEITER IN SCHLÜSSELPOSITIONEN FÖRDERN

Mitarbeiter in Schlüsselpositionen bilden mit ihrer Kompetenz und ihrem Know-how die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg von Loewe. Zur Gewinnung und Bindung dieser Mitarbeiter werden die Programme der Personalentwicklung kontinuierlich erweitert und intensiviert. Ebenso trägt eine durchgängige Stellvertreter- und Nachfolgeregelung dazu bei, Mitarbeiter in Schlüsselpositionen zu fördern und zu entwickeln.

Starke Marktorientierung bei der Entwicklung erforderlich

Lieferantenseitige Qualitätsrisiken

Seit 28.03.2003: Loewe beantwortet die neuen Anforderungen des Marktes mit der faszinierenden Mimo-Produktlinie. 100 Hz, Real Flat (auch als LCD), 16:9 Kinoformat, voll integrierbarer Digital-TV-Aufrüstsatz und ein aktives Subwoofer-Satelliten-System aus Keramik.



KEINE WESENTLICHEN EREIGNISSE NACH GESCHÄFTSJAHRESENDE

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

AUSBLICK

Nachdem sich das wirtschaftliche Wachstum in Europa 2002 auf unter 1% deutlich abgeschwächt hat, wird für 2003 zumindest eine graduelle Verbesserung auf knapp 2% erwartet. Aufgrund der Risiken eines Krieges im Nahen Osten, des hohen Ölpreises und des schlechten Konsumklimas dürfte die wirtschaftliche Entwicklung in Europa im ersten Halbjahr allerdings sehr schwach sein. Ab dem zweiten Halbjahr sollten sich die Rahmenbedingungen sukzessiv verbessern und die Konjunktur in Europa an Fahrt gewinnen. Für Deutschland wird eine ähnliche Entwicklung erwartet, jedoch auf deutlich niedrigerem Niveau. Dies dürfte im ersten Quartal 2003 sogar zu einem leichten Rückgang des Bruttosozialprodukts führen. Erst im zweiten Halbjahr 2003 soll die deutsche Wirtschaft wachsen, so dass auf Jahresbasis zumindest ein geringes Wachstum erwartet wird.

Der Markt für Unterhaltungselektronik soll sich in 2003 ähnlich entwickeln wie die gesamte Volkswirtschaft. In Europa wird ein Wachstum von rund 1% erwartet. Deutschland wird hierzu lediglich unterdurchschnittlich beitragen. Das für Loewe entscheidende Segment der Fernsehgeräte soll 2003 hingegen weiter wachsen. Dieses Wachstum entfällt fast ausschließlich auf die deutlich höhere Nachfrage nach Fernsehgeräten mit LCD-, Plasma- oder Rückprojektionstechnologie. Das schnell wachsende Segment wird in 2003 bereits mehr als 10% des Gesamtmarkts repräsentieren. Der Umsatz im noch dominierenden Marktsegment der Fernsehgeräte mit Bildröhre wird auf Vorjahresniveau erwartet. Der Trend zu Real-Flat- und großformatigen Geräten wird sich weiter verstärken.

Loewe plant 2003 viele Produktneueinführungen. Hierdurch sollen nicht nur die 2002 aufgetretenen Sortimentslücken im Real-Flat-Einstiegs- und Mittelpreissegment geschlossen, sondern auch im Großbild- und Heimkino-Segment Impulse in den neuen Displaytechnologien gesetzt werden.

Im ersten Halbjahr liegt der Schwerpunkt auf der Komplettierung der Produktfamilie Aventos. Diese Produktfamilie umfasst Real-Flat-Bildröhrengeräte mit Bilddiagonalen zwischen 28" und 32", die einen preisattraktiven Einstieg in das Loewe Produktprogramm darstellen. Außerdem wird eine völlig neue Produktfamilie vorgestellt. Formensprache, Aufstelllösungen und die Einbindung der Audio- und Videofunktionen in ein Gesamtsystem werden insbesondere eine jüngere Zielgruppe ansprechen. Neben Real-Flat-Bildröhrengeräten mit Diagonalen zwischen 21" und 32" soll auch ein LCD-Gerät im attraktiven 15"-Format folgen.

Im zweiten Halbjahr wird der Schwerpunkt auf neuen Home-Cinema-Produkten mit großen Bilddiagonalen liegen. Das 42"-Plasma-Gerät Spheros wird durch ein hochauflösendes Panel und eine optisch wie technisch engere Einbindung in die Systems-Familie aufgewertet. Zusätzlich ist die Markteinführung des größten Loewe Gerätes mit einer Bilddiagonale von 55" auf Basis der DLP-Rückprojektionstechnologie geplant. Diese großformatigen Home-Cinema-Geräte sind besonders für den nordamerikanischen Markt von entscheidender Bedeutung. Weiterhin wird Loewe eine weitere neue Produktfamilie vorstellen, die aus mindestens drei Real-Flat-Bildröhrengeräten besteht. Diese Linie bietet zielgruppenspezifisches Design und wird im mittleren Preissegment positioniert.

Kernsegment TV profitiert von neuen Technologien

Produktinitiative soll Marktposition stärken

**Internationale Funk-
ausstellung ist Highlight
in 2003**

Neben dem preisstabilen Verkauf des heutigen Produktprogramms werden die termingerechte Realisierung der geplanten Markteinführungen und die Akzeptanz der neuen Produkte wesentlichen Einfluss auf den Erfolg von Loewe haben. Der Umsatzanteil von Real-Flat-Geräten soll sich gegenüber 2002 auf über 60 % verdoppeln.

Ein wesentliches Highlight ist 2003 die alle zwei Jahre stattfindende Internationale Funkausstellung in Berlin. Loewe wird sein aktuelles Produktprogramm präsentieren und unter anderem eine neue Produktfamilie vorstellen, die bei kleinen Bildformaten ausschließlich auf LCD- und bei großen Formaten auf Plasmatechnologie basiert. In diesem Bereich sind in 2003 wesentliche Vorarbeiten zu leisten, damit Loewe ab 2004 an dem dynamisch wachsenden Markt der völlig flachen Fernsehgeräte mit innovativer Displaytechnologie partizipieren kann.

Auch 2003 soll ein großer Teil des geplanten Wachstums im Ausland realisiert werden. Die neuen Produkte werden die Wettbewerbsfähigkeit von Loewe erhöhen und in den wesentlichen Auslandsmärkten einen Ausbau des Marktanteils ermöglichen. Nach einem leichten Rückgang des wertmäßigen Marktanteils in Europa in 2002 von 6,9 % auf 6,5 % soll 2003 der Marktanteil wieder ausgebaut werden. Von entscheidender Bedeutung ist hierbei die Intensivierung der Marktbearbeitung in den wichtigsten Exportländern. Nach den USA in 2001 und Frankreich in 2002 soll spätestens zum 1. Januar 2004 eine eigene Loewe Präsenz in Italien etabliert werden, um diesen wichtigen Markt zukünftig direkt zu betreuen.

Positive Impulse versprechen wir uns von der Einführung großformatiger Home-Cinema-Produkte im dritten und vierten Quartal in den USA. Dagegen stehen mögliche zusätzliche Belastungen aus einer anhaltenden Abwertung des US\$ gegenüber dem Euro.

Die Investitionsausgaben sollen maximal auf dem Niveau des Vorjahres liegen. Der Vorjahreswert enthält allerdings einen Einmaleffekt von fast 4 Mio. Euro für das neue Logistikzentrum. Wesentliche Investitionsprojekte in 2003 sind Gehäusewerkzeuge für neue Produkte, anspruchsvolle Produktpräsentationssysteme bei den Fachhandelspartnern und Rationalisierungsinvestitionen im Fertigungsbereich.

Die Mitarbeiterzahl soll weitgehend konstant bleiben. Neue Arbeitsplätze werden vor allem im Entwicklungsbereich entstehen, um den höheren technologischen Anforderungen zu begegnen.

Insgesamt erwarten wir trotz des schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds für Loewe eine positive Geschäftsentwicklung in 2003. Im Vorjahresvergleich wird das Loewe Geschäftsvolumen nach einem deutlich schwächeren ersten Halbjahr erst im zweiten Halbjahr 2003 wachsen, da wesentliche Produktneueinführungen und die im August in Berlin stattfindende Internationale Funkausstellung erst in der zweiten Jahreshälfte Impulse geben werden.

Kronach, den 28. Februar 2003

Der Vorstand

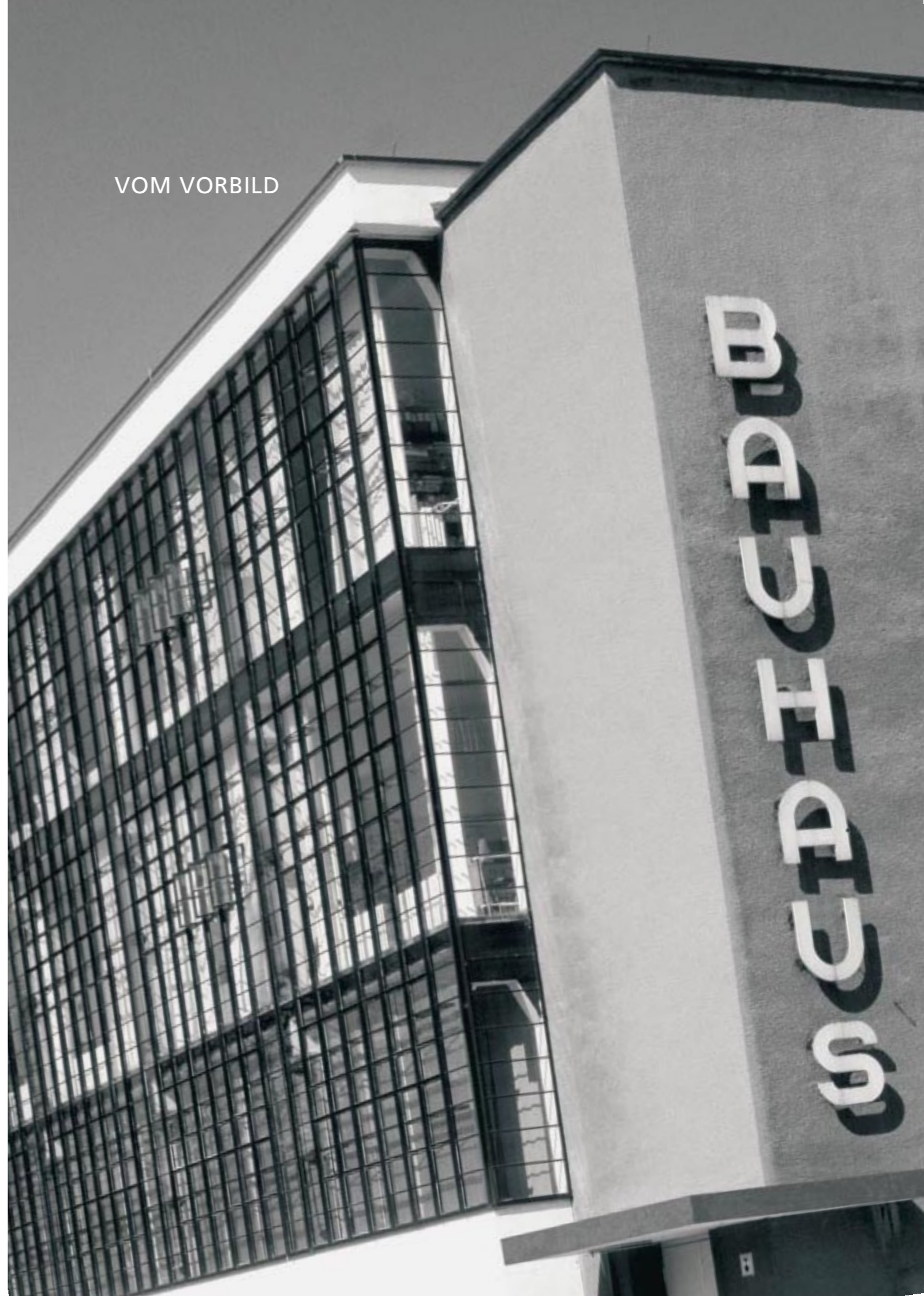
Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

T. Bender

G. Schaas

VOM VORBILD



ZUR VOLLENDUNG.
LOEWE IST ERLEBEN



Loewe setzt auf die gekonnte Komposition von Form und Funktion. So wird Technik zum Erlebnis: Brillante Bildqualität und dynamischer Klang verwöhnen die Sinne. Klare Linien und ausgewogene Konturen schmeicheln dem Blick. Unsere Kompetenz in High Tech und Design sorgt dafür, dass sich Kunden zweifach für Loewe entscheiden: mit dem Herzen und dem Verstand.

MARKETING UND VERTRIEB.

- PERFEKTION IST EINE FRAGE DES ANSPRUCHS UND DES BESTREBENS, ZU DEN BESTEN ZU GEHÖREN
- DAS JAHR 2002 UNTERSTREICHT UNSERE AMBITION, MEHR ZU BIETEN UND DAS BESONDERE ZU SCHAFFEN
- LOEWE SETZT STANDARDS – MIT PRODUKTEN, IN DER MARKENFÜHRUNG UND IN DER ZUSAMMENARBEIT MIT DEN HANDELSPARTNERN

Wer das Beste will, darf sich nicht mit Kompromissen zufrieden geben. Geleitet von dieser Devise hat Loewe auch im vergangenen Jahr Fortschritte realisiert, Ziele erreicht und Erfolge verbucht. Besondere Highlights waren die Auszeichnungen für Design und Marketing.

Konsequente Stärkung unserer Premiummarke

EFFIZIENTE MARKENFÜHRUNG

Marken sind die Leuchtfeuer unserer Zeit. Sie bieten Orientierung. Sie geben Sicherheit. Sie lassen uns dort ankommen, wo wir hinwollen. Die Marke „LOEWE.“ steht für einzigartiges Design, beste Qualität und moderne Technologie. Abgeleitet aus der Unternehmensstrategie und aufbauend auf dem Entwicklungsstand der Marke haben wir ihre Kompetenzwerte bis zu den Benefits in einem Markenleitbild beschrieben. Dies ist das Navigationsinstrument zur kontinuierlichen Fortentwicklung der Premiummarke.

Das Markenleitbild integriert verschiedenste Markentreiber. Das Design der Produkte gehört ebenso dazu wie die Wertigkeit unserer Arbeit und die intelligente Umsetzung von Technologie in Kundennutzen. Nach dem Abschluss dieser konzeptionellen Arbeit kann nun ein nächster Schritt hin zu einem umfassenden Markenmanagement eingeleitet werden: die Einführung eines ganzheitlichen Markenbewertungsinstrumentes.

Aufbauend auf das Markenleitbild bereiteten wir 2002 eine Kommunikationsinitiative für das Jahr 2003 vor. Die Initiative macht neugierig auf unbekannte, gute Erfahrungen. Sie zeigt, was machbar ist, und weist den Weg zu neuen Erlebnissen. Kernelemente sind eine neue Leitkampagne, ein integriertes Promotionkonzept zur Markteinführung der wichtigen Produktfamilien und fortentwickelte Produktpräsentationen am Point of Sale. Alles zusammen wird die Marke noch weiter nach vorn bringen.



Flexible Raumgestaltung
durch eine Vielzahl von Aufstellmöglichkeiten bieten die Concertos Satellitenlautsprecher.

IMMER NAH AM KUNDEN

Loewe ist mehr als audiovisuelles Home Entertainment. Wir bieten intelligenteste systemorientierte Produktlösungen, die hohen Ansprüchen gerecht werden. Leitmotiv ist, der Marke mit technologischen Spitzenleistungen und dem besonderen Charakter des Designs die eindeutige Positionierung im Premiumsegment zu sichern. Premium heißt dabei für Loewe absolute Hochwertigkeit in allen Dimensionen des Produkts und der Vermarktung. Weil sich die Zeiten ändern, stellen wir uns täglich aufs Neue den Erwartungen einer markanten Zielgruppe, die wir durch ungewöhnliche und innovative Produkte faszinieren wollen.

Ein Loewe hält, was er verspricht. Dies soll auch in Zukunft so bleiben. Mit dauerhaft überlegenen Leistungen möchten wir höchste Kundenzufriedenheit erzielen. Durch klare Ausrichtung auf die Wünsche wecken wir Begeisterung für die audiovisuelle Welt von Loewe. Zugleich gestalten wir im steten Kontakt mit unseren Kundengruppen die Voraussetzung für langfristige Loyalität und Bindung.

Besonders für die internationale Ausweitung des Unternehmens müssen wir die Kunden bestmöglich kennen. 2002 haben wir die Konsumenten-Marktforschung organisatorisch aufgewertet und personell erweitert.

Die zielgruppenorientierte Produktkreation, aber auch die entsprechende Vermarktung der Produkte werden dadurch auf ein noch höheres Niveau gebracht.

INNOVATIONEN MIT SYSTEM

Fortschritt ist Leben. Und Leben heißt genießen. Das belegte Loewe auch 2002 in allen drei Systembereichen – Home Cinema, Home Multimedia, Smart Home. In jedem Feld präsentierten wir Neuheiten mit attraktiven Finessen, aufregenden Features, außergewöhnlicher Technik und verführerischem Design.

Das Flair des ganz großen Kinos in den eigenen vier Wänden – das ist Home Cinema. Damit diese Vision Wirklichkeit wird, verknüpft Loewe einzelne Komponenten zu einem durchgängigen System. Die Kombination addiert das Beste aus verschiedenen Welten. Bild und Ton verschmelzen zu einem Erlebnis, das neue Dimensionen erschließt.

Im vergangenen Jahr komplettierten wir unsere Systemlösung im Bereich Home Cinema durch die Audioanlage Certos. Damit gelang Loewe das erste voll integrierte Heimkinosystem. Das TV-Modell Articos, die gemeinsam mit Bose entwickelten Satellitenlautsprecher mit Subwoofer Concertos und individuell platzierbare Racks ergeben jetzt mit Certos eine vorbildliche Konstellation. Ein System, das sich wie ein einziges Gerät bedienen lässt – über nur eine Fernbedienung. Alternativ zum Bildröhrengerät Articos steht seit Herbst 2002 auch das mit neuen Funktionalitäten ausgestattete Plasma-Flachdisplaygerät Spheros 42 zur Verfügung. Mit einer Bildschirmdiagonale von 107 cm für all diejenigen, die beim Fernsehen das ganz große Format bevorzugen.

Klare, reduzierte Formensprache, Wertbeständigkeit und Langlebigkeit im Design: Alle Produkte der Systems-Linie bestechen durch eine konsequente Gestaltung von eigenem Charakter. Die Grundformen der einzelnen Komponenten sind stets einfach und selbsterklärend gehalten. Die thematische Zusammengehörigkeit wird innerhalb der Systems-Familie auf eine ungewöhnliche, spannungsvolle Art interpretiert. So zeigt das Design auf einen Blick, dass jedes Produkt für sich den Anspruch erhebt, technisch und gestalterisch zur Spitzenklasse zu gehören. Im Raum lassen sich die Einzelkomponenten additiv kombinieren. Dies eröffnet vielfältige Möglichkeiten. Der Kunde kann die Elemente des Systems völlig frei zusammenstellen und integrativ in sein persönliches Wohnumfeld eingliedern.

Mit der Kreation des absolut schlüssigen Home-Cinema-Systems setzt Loewe überzeugende Maßstäbe. In der strategischen Ausrichtung übernimmt die Systems-Linie eine zentrale Rolle. Sie wird entscheidend zur Imagebildung von Loewe beitragen. International anerkanntes Design und höchste Wertigkeit zeichnen diese Produktfamilie aus. Und unterstreichen damit auch unter optischen Aspekten den hohen internationalen Anspruch.

Die Einmaligkeit des Systems begründete dessen Position im Zentrum der Produkteinführungsaktivitäten 2002. Mit der Promotion „World Experience“ stellten wir die zukunftsweisende Lösung im Rahmen von über 40 nationalen und internationalen Events vor. Mit großem Erfolg: Handel und Kunden sind begeistert; Fachhandelsjournalisten kürten die Systems-Produkte zu Referenzgeräten.

Perfektes Kinoerlebnis zu Hause**Individualität in Design und Technik**

Seit Dezember 2002 auf dem Markt: Loewe Aventos mit individuellem Aufrüstkonzep. Klare Formensprache und absolut flache Real-Flat-Bildröhre.

PRODUKTINITIATIVE ZEIGT WIRKUNG

Wer sich für einen Loewe entscheidet, ist anspruchsvoll. Zu Recht. Die hohen Erwartungen der Premiumkunden im internationalen Unterhaltungselektronikmarkt sind für uns ein elementarer Ansporn. Jeden Tag und ohne jede Einschränkung. Um das Potenzial der erfolgreichen, etablierten Produktlinien zu verbreitern, erarbeiteten wir auch 2002 marktadäquate Variationen und zusätzliche Funktionen. So umfasst die Vitros-Produktfamilie nun weitere Farb- und Ausstattungsvarianten – vorrangig für die süd- und westeuropäischen Märkte. Und der Aconda Living 9272 ZP rundet die hochwertige Real-Flat-Display-Modellfamilie Aconda ab.

Eine weitere Neueinführung des vergangenen Jahres war das erste Produkt der Aventos-Produktfamilie: der Aventos 32. Das Real-Flat-Gerät ist der erste Vertreter von drei weiteren Produktfamilien, die Loewe als kompetenten Anbieter von Real-Flat-Display-Geräten auch in mittleren und gehobenen Preissegmenten positionieren. Aventos 32 wurde im November 2002 eingeführt.

Neben dem Ausbau der Loewe Home-Cinema-Kompetenz und der Fortentwicklung der TV-Produktlinien lag 2002 ein Schwerpunkt auf unserer Home-Multimedia-Kompetenz. Mit der Europa-Einführung des neuen Internet-Moduls TV-OnlinePlus bieten wir die dritte Generation der Kombination von Internet und TV an. Alle Loewe TV-Geräte der Spitzenklasse lassen sich mit diesem Modul zum TV-Internet-Kombinationsgerät aufrüsten. Für das Produkt wurde eine schlüssige Umsetzung für den Handel geschaffen, was am Point of Sale die Anzahl der einfach vorführbaren Systeme nochmals erhöht.

Im dritten Systembereich, Smart Home, kreierten wir mit unserem Kooperationspartner Gira das „Home Automation Starter Kit“. Loewe TV-Modelle der Spitzenklasse werden hiermit zur Steuerzentrale von Home Automation. Dabei lassen sich die verschiedensten elektronischen Haus-Systeme einbinden. Zum Beispiel die Lichtsteuerung von Gira, die schnell und automatisch eine Heimkinoatmosphäre herstellt. Eine weitere Anwendung von Home Automation zeigte Loewe in der gemeinsamen Präsentation mit der Bosch-Siemens Hausgeräte AG auf der Messe e/home in Berlin.

Produktinitiative setzt neue Maßstäbe



Zwei Motive der aktuellen Loewe Werbekampagne 2003.

AUSGEZEICHNETE LEISTUNGEN

Es ist das Perfekte, das aus alltäglichem Genuss ein Erlebnis macht. Allem voran die gelungene Komposition von Technik und Design. Bei der Gestaltung von Produkten mit beispielhafter Ästhetik gelten wir in der Branche als führend. Für Loewe bedeutet hervorragendes Design Philosophie, Passion und auch Verpflichtung. Dem Kunden bietet es bleibenden Wert.

Dass die außergewöhnlichen Leistungen in der Kreation eines faszinierenden Designs ankommen, erfahren wir Tag für Tag von unseren Kunden. Und Jahr für Jahr mit offiziellen Ehrungen durch bedeutende Design-Institute. 2002 war in dieser Hinsicht eines der erfolgreichsten Jahre in der Geschichte des Unternehmens. National und international führende Design-Institute, darunter das iF IndustrieForum Hannover, das DesignZentrum Nordrhein-Westfalen und das Chicago Athenaeum/USA sprachen Loewe Produkten mehr als zehn Auszeichnungen zu. Zu den prämierten Preisträgern zählen Aconda select, Articos, Certos, Concertos, aber auch die Systemfernbedienung RC 1. Hinzu kam als außerordentliche Würdigung die Aufnahme des Spheros in die ständige Sammlung der Neuen Pinakothek in München.

Eine besondere Anerkennung ist auch der an den Aconda 93102 verliehene „Good Design Award“ des Chicago Athenaeum. Bei diesem Preis zählen neben formaler Qualität, emotionalem Gehalt und dem technischen sowie gestalterischen Innovationsgrad vor allem Bewertungskriterien wie Funktionalität, Benutzerorientierung und Selbsterklärung. Punkte, die für Loewe zu einem guten Design zwingend dazugehören. Denn was dem Auge gefällt, muss auch in der Anwendung schmeicheln. Form follows function. Wenn es darum geht, neue Technologien leicht bedienbar zu gestalten, ist diese klassische Prämisse wichtiger denn je.

Über die Design-Auszeichnungen hinaus hat Loewe den Deutschen Marketing Preis 2002 erhalten. Der Preis wurde erstmals an ein Unternehmen der Unterhaltungselektronik verliehen. Er ehrt eine Marketingleistung, die gleich zweifach überzeugt: durch eine Organisation und Umsetzung, die konsequente Marktorientierung beweist. Und durch das erfolgreiche Aufgreifen grundsätzlicher Entwicklungsaufgaben als Antwort auf die langfristige strategische Herausforderung eines innovativen Marketings. Die Auszeichnung des Deutschen Marketing Verbands wird seit 1973 verliehen. Loewe reiht sich ein in eine Reihe namhafter Preisträger, darunter BMW, Henkel, Miele und Volkswagen.

INITIATIVEN FÜR DIE HANDELPARTNER

Höchste Kundenzufriedenheit ist nicht nur eine Frage der Produkte. Für den unternehmerischen Erfolg ist es ebenso elementar, die Kundenorientierung in der gesamten Organisation zu verankern. Die hohe Ausrichtung auf unsere Kundengruppen – einerseits die Endkunden und andererseits die Handelspartner – zeigt sich auch in der Gestaltung der Unternehmensabläufe. Die fortgesetzte Vertiefung der Zielgruppenorientierung fördert Prozesse, die perfekt auf den Kunden ausgerichtet sind. In der Produktentwicklung, der Kommunikation und im Vertrieb. Aber auch in der Dienstleistung der Pre- und After-Sales-Bereiche.

Beispielhaft für die Nutzung des Konsumentenwissens sind unsere Loyalitätsprogramme, die den Handel einbeziehen. Der Handel ist für Loewe ein integraler Bestandteil der Premium-Vermarktungsstrategie. Befragungen im Fachhandel sowie Vergleichsmeldungen der Fachpresse bestätigen den Erfolg unserer Anstrengungen im Business-to-Business- und Business-to-Consumer-Servicebereich.

Zum Beispiel die aktuellste Studie des Bundesverbands Technik des Einzelhandels e.V. (BVT). Im Herbst 2002 führte der BVT in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift „rf-Brief“ eine bundesweite Umfrage unter deutschen Fachhändlern durch. Darin bewerteten die Händler repräsentativ die Vertriebs-, Sortiments- und Servicepolitik der Konsumelektronikerhersteller. Loewe erreichte in der Gesamtbewertung den zweiten Platz. In den Kategorien Verkaufsunterstützung, Umschlaggeschwindigkeit und Gewährleistungsregelung kürte der Fachhandel Loewe sogar zum Best-in-Class-Hersteller.

Design-Preise honorieren unsere Entwicklungen

Wirkungsvolle Strategien für den Handel

Die Erfahrung und das Know-how des Handels sind bedeutende Grundlagen des gemeinsamen Erfolgs. Wir legen großen Wert darauf, für den Fachhandel auch künftig die Marke zum Anfassen zu bleiben. Das Loewe Extranet bietet den Handelspartnern eine Vielzahl unterstützender Leistungen und Angebote. So verwaltet der Händler mit dem Loewe Händler Services (LHS) die Kundenadressen. Für seine Mailing-Aktionen kombiniert er die Anschriften einfach mit den von Loewe dafür entwickelten Unterlagen. Dieser vereinte Weg zum Markterfolg wurde 2002 u. a. in der Einführungspromotion der kompletten Systems-Produktfamilie vorbildlich umgesetzt.

Die Ausweitung des Loewe Extranets setzen wir Schritt für Schritt fort. Im vergangenen Jahr ergänzten ein elektronisches Verkaufshandbuch und ein webbasiertes Trainingsprogramm unsere Dienstleistung im E-Service-Bereich. Das neue Trainingsprogramm zeigt sehr anschaulich, wie optimal Webangebote den direkten, persönlichen Kontakt zum Handel ergänzen: Im Trainingszentrum „ProCollege“ werden unsere Produkte jährlich über 3.500 Mitarbeitern des Fachhandels näher gebracht. Jetzt können alle Teilnehmer die Schulungen online vor- und nachbereiten. Zusätzlich sind – alternativ oder zur Ergänzung – auch reine Online-Kurse zugänglich. Alle Webangebote bieten einen schnellen Zugriff. So kann das Loewe Extranet auch das direkte Verkaufsgespräch im Handel wirkungsvoll unterstützen.

DIFFERENZIERUNG IM WETTBEWERB

Sei es der Übergang vom herkömmlichen Röhrengerät zum Flachdisplay oder die Konvergenz von TV und Internet: Der technologische Wandel verlangt mehr als je zuvor, sich intensiv am Kunden zu orientieren. Nur so sind wir in der Lage, bei der Adaption auf neue Technologien für den Premiumkunden attraktive Werte zu nutzen. Die Effizienz unseres Kundennutzenmanagements entwickeln wir dabei kontinuierlich fort.

Erklärtes Ziel ist es, eine deutlich überlegene Wert-Preis-Relation gegenüber dem Wettbewerb zu schaffen. Die besondere Herausforderung liegt hierbei auf den neuen Displaytechnologien, die bereits einen Anteil von 10 % des gesamten TV-Markts in Europa einnehmen. Um das Preis-Premium für Loewe fortzuentwickeln, müssen wir uns in diesem schnell wachsenden Marktsegment prägnant abgrenzen. Indem Loewe zukünftige Kundenbedürfnisse antizipiert und innovative Lösungen anbietet, gelingt es, Wachstumssegmente erfolgreich zu besetzen.

INTERNATIONAL AUF WACHSTUMSKURS

Im Januar 2002 startete die neu gegründete Tochtergesellschaft Loewe Opta, Inc. in Plymouth/Massachusetts, USA, das operative Geschäft. Speziell für den nordamerikanischen Markt entwickelte High-End-Produkte werden über ein mehr als 400 Händler umfassendes Partnernetz des gehobenen Fachhandels vermarktet. Hauptzielgruppe ist der anspruchsvolle US-Konsument, der sich für hochauflösendes Fernsehen begeistert. Auf der internationalen Fachmesse CES, der Consumer Electronics Show in Las Vegas, präsentierte sich die Loewe Opta, Inc. erstmalig als Anbieter von ebenso hochwertiger wie innovativer Konsumelektronik. Mit dem Aconda 93102 ZW wurde eines der größten Fernsehgeräte der Welt mit einer Bildschirmdiagonale von 102 cm vorgestellt.

Die Nutzung des digitalen Fernsehens stieg im vergangenen Jahr in den USA auf über 40 %. Neben Set-Top-Boxen wurden insgesamt mehr als 2,7 Millionen Digital-TV-Geräte verkauft (2001: 1,5 Millionen). Der USA-Markt mit seinem hohen Absatz- und Umsatzpotenzial für hochauflösende Geräte ist somit auch künftig sehr attraktiv. Wir verfolgen unser Ziel, die Distribution im Premiumsegment zu qualifizieren und den prognostizierten guten Wachstumsaussichten entsprechend konsequent weiter aufzubauen.

Zielführende Maßnahmen zur Optimierung des Kundennutzens



Die vielfach preisgekrönte Aconda-Familie.
Zeitloses Design in variablen Bildschirmgrößen,
ästhetischen Farbvarianten und mit optimalem Rack.

Bedingt durch den unerwartet schnellen Wandel von herkömmlichen Röhrenbildschirmen zu flachen Displays fiel der Absatz an Loewe TV-Geräten in den USA 2002 niedriger aus als erwartet. Die Sortimentspolitik in den USA trieb daher die Entwicklung hochwertiger großformatiger Modelle entschieden voran. Anlässlich der Händlermesse CEDIA in Minneapolis stellten wir Ende September das Produktportfolio für 2003 vor. Die Anforderungen an neue flache Displaytechnologien bei hoher technischer Intelligenz und überzeugender Ästhetik sind darin umgesetzt.

Auch das europäische Engagement haben wir weiter verstärkt. So haben wir die Anteile an unserem Vertriebspartner in Frankreich, der Sorep Import S.A., Strasbourg, übernommen. Sorep vertreibt seit fünf Jahren Loewe Produkte in Frankreich und stellt nach profitabler Aufbauarbeit einen bedeutsamen und erfolgreichen Pfeiler des Geschäfts in diesem Markt dar. Das Distributionskonzept über einen bisher 270 Partner umfassenden Fachhandelsverbund wurde ebenso wie das bisherige französische Management als Fundament für weiteres Wachstum beibehalten.

Die neue Tochtergesellschaft in Frankreich ist ein weiterer Schritt der Internationalisierung des Unternehmens. Durch Investitionen in Marketing und Vertrieb, besonders in den europäischen Märkten, werden wir das Auslandsengagement auch künftig fördern und vorantreiben.

Im Endeffekt sind es immer wieder drei entscheidende Elemente, die das Unternehmen Loewe auszeichnen:

- die erstklassigen Produkt-Systemlösungen
- der konsequente Aufbau der Marke und
- die selektive Vertriebspolitik in den 50 Märkten, in denen Loewe vertreten ist.

Diese Attribute zusammen bilden eine solide Basis zur Stärkung des Unternehmens. Auch in herausfordernden Marktsituationen.

Französische Tochtergesellschaft festigt unsere Position im europäischen Markt



VOM ANFANG



ZUM SYSTEM.

LOEWE IST ZEITLOS

Die Zeiten ändern sich. Technischer Fortschritt eröffnet neue Talente des Home-Entertainments. Mit Inspiration und Innovation integrieren wir diese Möglichkeiten. Das Ergebnis sind faszinierende Lösungen, die über den Tag hinaus begeistern. Dieser Vorsprung ist die Basis, um unsere starke Marktposition als Premiumhersteller weiter auszubauen.

TECHNIK UND ENTWICKLUNG.

- ENTWICKLUNGSAKTIVITÄTEN IN DEN BEREICHEN DIGITALES FERNSEHEN UND NEUE DISPLAYTECHNOLOGIEN FORCIERT
- PRODUKTPORTFOLIO BEI HI-FI-SYSTEMEN UND LCD-FERNSEHGERÄTEN ERWEITERT
- INVESTITIONEN IN MASSNAHMEN ZUR QUALITÄTSVERBESSERUNG UND PRODUKTIVITÄTSSTEIGERUNG VERSTÄRKT

Optimale Technik besticht nicht durch sich selbst, sondern durch das, was sie bewirkt. Sie brilliert mit Leistung und Bedienkomfort. Gefördert durch die Digitalisierung schafft Loewe intelligente Systeme, die ein Spektrum neuer Möglichkeiten erschließen.

VOM PRODUKT ZUM SYSTEM

Die Entwicklung der Unterhaltungselektronik war in den letzten Jahren durch neue Technologien in nahezu allen Produkten geprägt. So vollzog sich bei Fernsehgeräten ein dynamischer Wandel in Richtung digitaler Übertragungstechnologien. Im Bereich der Videoaufzeichnung verzeichnete zunächst die wiedergebende DVD einen rasanten Siegeszug, um kurze Zeit später durch die wiederbeschreibbare DVD erweitert zu werden. Im Audiobereich traten digitale Aufzeichnungs- und Übertragungsverfahren an die Stelle der analogen Systeme. Techniken zur Tonverbesserung wie AC3 oder Dolby Digital steigerten das Klangerlebnis signifikant.

Bei den Displaytechnologien geht der Trend nun klar zu größeren Bildschirmen – und neuen Technologien: Die Bildröhre wird durch den Plasmabildschirm, die LC-Displays und die Rückprojektionstechnologie ergänzt. Loewe hat in all diesen zukunftsorientierten Bereichen nicht nur Know-how aufgebaut, sondern bereits erste Produkte in Plasma- und LCD-Technologie in den Markt eingeführt.

Wesentliche Herausforderung ist, die unterschiedlichen Medien mit ihren vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten so zu verbinden, dass sie einfach bedienbar bleiben. Wir sehen unsere Mission darin, geschlossene Konzepte zu entwickeln und umzusetzen. Bei der Schaffung dieser Systeme kommt der technischen Lösung eine Schlüsselstellung zu. Gleichzeitig gilt es, die Systeme durch ihre äußere Anmutung und ihr Design optisch zu verbinden und deutlich zu machen. Die Markteinführung der nunmehr kompletten Loewe Systems-Familie setzt in diesem Sinne einen entscheidenden Meilenstein.

LOEWE SYSTEMS – WIRKLICH EIN SYSTEM

Was die Displays betrifft, besteht schon heute die Möglichkeit, wahlweise bildröhrengestützte Geräte im 16:9-Format oder großformatigere Plasmapanels einzusetzen. Zukünftig werden noch größere Rückprojektionsgeräte hinzukommen. Beim Video sind Funktionalitäten wie analoges und digitales Fernsehen, DVD-Wiedergabe und Bandaufzeichnung homogen in das

System integriert. Auf der Audioseite können CDs und DVDs abgespielt, aber auch analoge Radio-FM-Signale oder digitale DVB-Radiosignale in bester Performance empfangen werden. Die Wiedergabe der Tonsignale erfolgt hierbei durch das in Kooperation mit Bose realisierte Satelliten-Subwoofer-Soundsystem.

Ergänzt und abgerundet wird das Gesamtsystem durch die Integration der Internetanwendungen parallel zum Fernsehprogramm. Darüber hinaus bieten wir die Möglichkeit, das System zum Bestandteil des vernetzten Hauses werden zu lassen. In Zusammenarbeit mit der Firma Gira konzipierten wir Lösungen, mit denen sich wesentliche Steuerfunktionen in so genannten „Home Automation Systems“ einfach über das Fernsehgerät ausführen lassen.

Um die große Vielfalt an Funktionalitäten auf einfachste Weise handhaben zu können, sind leistungsfähige Bediensysteme auf höchstem technischen Niveau notwendig. Loewe hat hier in seinen Entwicklungsarbeiten einen ganz besonderen Schwerpunkt gesetzt. Unser erklärtes Ziel ist, neue und komplexe Technologien in wachsender Vielfalt intelligent miteinander zu verbinden und durch eine attraktive Formgestaltung harmonisch in das Wohnumfeld einzufügen.

Wer Großes schaffen will, muss Grenzen überwinden. Mit umfangreicher Grundlagenentwicklung schaffen wir die Voraussetzung, den technologischen Anforderungen der Zukunft eigenständig zu begegnen und umfassende Produktlösungen zu realisieren. Dabei setzen wir auf Kooperationen mit Technischen Instituten und Universitäten sowie auf zielgerichtete Partnerschaften mit Unternehmen anderer Technologiebereiche. Analog unseres internationalen Anspruchs werden die Projekte sowohl national als auch auf europäischer Ebene durchgeführt.

HOME-CINEMA-SYSTEME

Beim Loewe Home Cinema entfalten die Einzelkomponenten ihre volle Stärke, indem sie sich untereinander perfekt verstehen und ergänzen. So kommt Bedienkomfort ins Wohnzimmer – ein zusätzliches Vergnügen, das neben dem Erlebnis edlen Designs und hervorragender Technik auch Nutzerspaß vermittelt. Dieses Optimum erfordert den Blick für das Ganze. Unser Entwicklerteam hat daher selbst bei kleinsten Details stets das Gesamtsystem im Auge.

In 2002 ging das vollständige Home-Cinema-System in die Serienproduktion. Es kombiniert das Audio-Home-System Certos inklusive DVD, das Surroundsound-System Concertos sowie Articos, das Flaggschiff unserer TV-Geräte. Über die Fernbedienung RC1 lässt sich das komplette System komfortabel steuern – so einfach wie jede einzelne Komponente.

Der harmonischen Einbindung weiterer Geräte wie Videorecorder oder Camcorder steht dabei nichts im Wege. Die Unterstützung durch den intelligenten elektronischen Anschlussassistenten auf dem Bildschirm des Articos gestaltet die Einbeziehung in das Gesamtsystem völlig problemlos. Darüber hinaus wurde in 2002 der Zubehörfumfang durch verschiedene Rackkonstellationen erweitert. Nutzer, denen der Articos mit seinen 82 cm Bildschirmdiagonale noch nicht groß genug ist, können jetzt alternativ auf den Spheros 42 zugreifen. Die erfolgreiche Systemintegration dieses Plasmagerätes bietet eine Bildschirmdiagonale von 107 cm.

In der gekonnten Verbindung aus TV, Audio und Video bietet das System den absoluten Seh- und Hörerlebnis. Für weiter gehende Funktionen stehen die Aufrüstooptionen aus dem MediaPlus-Chassis zur Verfügung. Sie binden auch den Internetzugang, einen digitalen DVB-Satellitenempfang oder Home Automation in das Gesamtsystem ein. Ebenso wie alle Einzelgeräte werden auch die Aufrüstooptionen über die Fernbedienung RC1 gesteuert.

Als besonderes Highlight realisierte Loewe bei der Entwicklung der RC1 zwei spezielle Features: Datenbankgesteuert können weitere Geräte abgerufen oder Einzelbefehle von vorhandenen Fernbedienungen auf beliebige Tasten programmiert werden. Der Menüpunkt „Haussteuerung“ aktiviert einen integrierten Funksender, der Komponenten unseres Partners GIRA drahtlos steuert. Auf Tastendruck lassen sich hier vollständige Lichtszenarien abrufen. Die Wahl „Essbereich“ taucht beispielsweise den Raum um den Esstisch in helles Licht. Möchte die Familie oder Gastgesellschaft später den neuesten DVD-Spielfilm sehen, reicht ein Druck auf die Taste „Cinema“, um das Umgebungslicht optimal abzdimmern.

Aus Einzelkomponenten werden Gesamtsysteme

Einfache Steuerung über eine einzige Fernbedienung

Neue Technologien revolutionieren die Unterhaltungselektronik



Design und Multifunktionalität.

Der Loewe Articos mit integriertem OnlinePlus-Modul ermöglicht den Zugang zum Internet so einfach wie Fernsehen.



Die im Bereich Home Cinema erreichten Standards überträgt Loewe auf neue Konstellationen. So begannen 2002 die Arbeiten zur Anpassung des europäischen Home-Cinema-Systems an die Anforderungen des US-Marktes. Hier stehen besonders Certos und Concertos im Mittelpunkt. Der künftigen Bedeutung von Home-Cinema-Systemen gerecht werdend, wollen wir auch im mittleren Segment eine entsprechende Lösung offerieren. Die Spezifikationsgrundlagen sind erstellt und die Partnerwahl bereits erfolgt. Das System wird aus der neuen TV-Design-Linie Mimo, einem Soundsystem und einem DVD-FM-Receiver bestehen.

LCD-TV

Nach wie vor ist die Bildröhre die dominierende Displaytechnologie für Fernsehgeräte. Die Plasmatechnologie im großformatigen Bereich und die LCD-TFT-Technologie im Bereich kleinerer Bildschirmdiagonalen haben jedoch 2002 deutlich an Bedeutung gewonnen. Noch ist die Marktdurchdringung regional sehr unterschiedlich und insbesondere in Europa verhalten. Die Entwicklungen im japanischen Markt deuten allerdings auf ein dynamisches Wachstum in den kommenden Jahren hin. Loewe befindet sich in der günstigen Lage, beide Technologien zu beherrschen und bereits in Produkten einzusetzen. Mit eigener Erfahrung und in enger Kooperation mit den Displayherstellern können wir optimale Produktlösungen für die nächste TV-Generation entwickeln.

Im Jahresverlauf 2002 wurden die Basiserfahrungen aus dem LCD-Produkt FL 38 genutzt und weiterentwickelt. Es entstand der Spheros 20, ein LCD-TV-Gerät, dessen Eigenschaften echten Mehrwert bieten. So erweiterten wir die von Loewe gefertigte, bewährte Empfangseinheit um einen FM-Empfänger. Die Nutzungsmöglichkeiten erhöhen sich durch das eingebaute Radio enorm: Spheros 20 sorgt in allen Wohnräumen für den richtigen Klang und stellt zugleich Weck- und Timerfunktionen zur Verfügung. Das geringe Gewicht und Volumen des Gerätes erlauben erhöhte Mobilität. Dem zunehmenden Wunsch des Satellitenempfangs haben wir Rechnung getragen und die aus den bestehenden TV-Geräten bekannte integrierte Satellitenlösung nun auch für Spheros 20 entwickelt.

Wie bei Bildröhren steigen auch bei LC-Displays bei größer werdender Bildschirmfläche die Anforderungen an die Bildqualität. Somit wird die Bearbeitung des empfangenen Bilds, seine Optimierung und die Skalierung auf die Pixelauflösung des gewählten Displays auch 2003 einen erheblichen Teil der Entwicklung in Anspruch nehmen. Mit den Ergebnissen lässt sich beste Bildqualität auch bei LC-Displaygrößen weit über 20" realisieren. Da es auf dem Markt zunehmend mehr Anbieter von LC-Displays gibt, sind wir in der komfortablen Situation, für jede Anwendung die jeweils beste Technologie auszuwählen.

DIGITALES FERNSEHEN UND MULTIMEDIA

In 2002 entwickelte Loewe die zweite Generation digitaler DVB-Empfänger zur Integration in Fernsehgeräte. Ein Aufrüstsatz versetzt nun alle aktuellen 100-Hz-Geräte in die Lage, freie digitale Rundfunk- und Fernsehprogramme über Satellit zu empfangen. Gegenüber der Vorgängerversion machen die neuen Module nun Dolby-Digital-Tonsignale hörbar. Mit einem Zusatzmodul, das von außen in einen vorbereiteten Steckplatz (Common Interface) eingesteckt wird, und einer dazugehörigen Chipkarte lassen sich auch verschlüsselte Sendungen empfangen. In Deutschland steht hierbei der Empfang von Premiere im Mittelpunkt. Die Markteinführung ist für das erste Halbjahr 2003 geplant.

Die digitale Übertragung der Fernsehsignale verbessert die Darstellung auf dem Fernsehschirm deutlich. Über einen physikalischen Fernsehkanal lassen sich mit dieser Technik etwa acht Fernsehprogramme gleichzeitig übertragen. Daneben ist noch genügend Platz für den Transfer von Zusatzdaten. Diese Zusatzdaten werden vom DVB-Empfangsteil ausgewertet und zum Aufbau einer elektronischen Programmzeitschrift (EPG = Electronic Program Guide) verwendet. Loewe ist es gelungen, das DVB-Empfangsmodul nicht nur physikalisch, sondern auch logisch zu integrieren: Die analogen und digitalen Programme werden auf der gleichen Bedienoberfläche angeboten und in einer gemeinsamen Programmliste verwaltet – für den Nutzer ein weiteres Plus in puncto Komfort.

Loewe realisiert die nächste TV-Generation

Digitaler Empfang eröffnet neue Möglichkeiten

Gemeinsamer Standard förderte die digitale Übertragung

Mittlerweile gewinnt auch der Empfang terrestrischer DVB-Signale (DVB-T) an Bedeutung. Loewe hat 2002 Prototypen für den DVB-T-Empfang entwickelt und vorgestellt. Zur Funkausstellung 2003 werden wir die ersten serienreifen Fernsehgeräte für den Empfang digitaler terrestrischer DVB-Signale präsentieren.

Die digitale Übermittlung der Fernsehsignale und insbesondere die Möglichkeit, zusätzliche Datensignale zu übertragen, eröffnen völlig neue Anwendungen. Das Medium Fernsehen übernimmt zusätzliche Leistungen. Damit die Zusatzinformationen auf allen Geräten einheitlich interpretiert und dargestellt werden, muss das Fernsehgerät mit einer Programmschnittstelle (API = Application Programming Interface) ausgestattet sein. Hierbei sind heute weltweit sehr unterschiedliche proprietäre Systeme im Einsatz.

Die Schaffung des offenen Standards MHP (Multimedia Home Platform) soll die Vielzahl an Software-Schnittstellen auf eine Standardschnittstelle reduzieren. MHP basiert auf der Programmiersprache JAVA von Sun. In der „Erweiterten Mainzer Erklärung“ treten die Programmanbieter und Gerätehersteller aktiv für die Einführung von MHP in Deutschland ein. Loewe hat diese Erklärung mit unterzeichnet und unterstreicht damit die Bedeutung dieses Standards für die Unterhaltungselektronik.

Erste Anwendungen für MHP werden bereits ausgestrahlt, z. B. elektronische Programmzeitschriften, Zusatzinformationen zu laufenden Sendungen oder aktuelle Schlagzeilen. Wie alle komplexen Systeme erfordert auch die Einführung von MHP eine längere Zeit der Erprobung und umfangreiche Anpassungen der Spezifikation. Loewe bringt ausschließlich integrierte Geräte in den Markt. Dies setzt aus Gründen des Investitionsschutzes einen stabilen Standard voraus. Die Grundlagenentwicklungen für MHP führen wir daher intensiv weiter. Ein weiter verbesserter Demonstrator wird auf der IFA 2003 zu sehen sein.



Die Fernbedienung RC1: Multifunktionale Steuerung aller Systemkomponenten aus einer Hand.

MIT DEM FERNSEHER ONLINE

Unter der Bezeichnung OnlinePlus führte Loewe im vergangenen Jahr die dritte Generation seines Online-Fernsehgerätes in den Markt ein. Das Gerät schlägt eine Brücke zwischen Fernsehen und Internet. Jeder kennt die Situation: In einer Sendung wird auf weiterführende Inhalte im Internet verwiesen. Mit dem OnlinePlus-Gerät kann der Fernsehzuschauer diese Zusatzinhalte direkt abrufen – mit einem Tastendruck und ohne den PC zu starten. Die Sendeanstalten fordern den Zuschauer zunehmend auf, seine Meinung zu laufenden Sendungen zu äußern. Wer möchte, kann auch dies jetzt direkt vom Fernsehgerät aus tun – per E-Mail.

Mit der neuen Generation der Online-Module lassen sich sogar Streaming-Video- und Audioinhalte wiedergeben. Damit sind über den Fernseher zusätzlich interessante Clips aus den Nachrichtenarchiven der Sendeanstalten abrufbar. Neu ist auch die Wiedergabe animierter Macromedia-Flash-Inhalte.

Der Loewe Channel bietet dem Nutzer des OnlinePlus ein fernsehgerechtes Zugangsportale zum Internet. Auf einen Blick kann er sich über die Spielfilm-Highlights des Tages informieren oder die neuesten dpa-Pressemeldungen anschauen. Die Rubrik „Lifestyle“ offeriert Event-Tipps, Kulturereignisse oder auch einen Link auf die Wissensdatenbank von „wissen.de“. Mit dieser breiten Palette an Möglichkeiten erfreut sich der Loewe Channel wachsender Beliebtheit, auch unter PC-Nutzern.

FORSCHUNGSPROJEKTE

Früher wurde häufig die Frage diskutiert, ob der PC eines Tages das Fernsehgerät ersetzen kann. Diese Frage ist heute eindeutig mit „nein“ zu beantworten. Technologien, die bisher nur in der Computer- und Telekommunikationswelt beheimatet waren, halten allerdings zunehmend Einzug in die Unterhaltungselektronik. Beispiele hierfür sind die „Betriebssoftware“ MHP oder die Aufzeichnung von Fernsehsendungen auf Festplatte.

Loewe hat sich in der Vergangenheit ein großes Wissen im Bereich Telekommunikation, Internet und Informationstechnologie erarbeitet. Diese Kenntnisse sind nicht nur in die Entwicklung des TV-Online eingeflossen. Sie verschaffen Loewe auch einen spürbaren Wissensvorsprung gegenüber reinen Unterhaltungselektronikherstellern.

Diesen Vorsprung gilt es auszubauen. Forschung und Entwicklung sind die Grundlage für das Erreichen unserer Ziele. Um neue Technologien frühzeitig entdecken und einschätzen zu können, beteiligt sich Loewe an Forschungsprojekten, die von der EU, der Bundesregierung oder der bayerischen Staatsregierung gefördert werden.

Das Forschungsprojekt BMWV (Bürgerbox für einen Breitband-Multimedia-Bürger- und -Verwaltungsservice) wurde 2002 erfolgreich abgeschlossen. Loewe erstellte dazu den Prototyp einer Set-Top-Box zum Anschluss an ein Breitbandkabelnetz. Die Box erlaubt die Darstellung von digitalem Fernsehen und Internetinhalten. Neue Anwendungsmöglichkeiten sind dabei das ferngesteuerte Ablesen des Stromverbrauchs sowie die Aufbereitung von Verbrauchsinformationen. Projektpartner waren die Stadtwerke der Stadt Neustadt bei Coburg.

Deutlich voran kamen wir auch im Forschungsprojekt SIPROS (Single Processor Solution for Multimedia Terminals). Die im ersten Schritt vorgesehenen Aufgaben wurden termingerecht umgesetzt. Im Zentrum stand dabei die Definition einer neuen Hard- und Software-Architektur für Multimedia-Endgeräte. Zusätzlich wurden Grundlagen für ein hochauflösendes Rückprojektionsdisplay erforscht. Das Bundesministerium für Wirtschaft hat die Projektlaufzeit um ein weiteres Jahr bis März 2003 verlängert. Dies verschaffte die nötige Zeit, um die Untersuchungen zur Bildverarbeitung und -darstellung für hochauflösende Rückprojektion weiter voranzutreiben und die XML-basierte Software-Architektur für netzwerkfähige Geräte auszuarbeiten. Loewe kooperiert bei diesem Projekt mit den Firmen Philips und Carl Zeiss Jena, der TU Ilmenau und dem Fraunhofer HHI (vormals Heinrich-Hertz-Institut Berlin).

Auch 2003 beteiligen wir uns an Forschungsprojekten. Vor allem der Trend zum vernetzten Heim entwickelt sich dynamisch. Audio- und Videosignale werden dabei – neben reinen Datensignalen – innerhalb des Hauses in verschiedenste Räume übertragen. Heute treffen die Audio- und Videoinhalte über Satellit, Kabel und terrestrische Antenne ein. Künftig

Fernsehen und Internet wachsen zusammen

Forschung sichert unseren Vorsprung



Pures, klares, sachliches Design:
Loewe Systems für ästhetische Wohnwelten.
Home-Cinema-Erlebnis in Vollendung.



werden sie vermehrt über das Internet empfangen. Die Erfahrungen, die Loewe mit TV-Online und in den Forschungsprojekten gesammelt hat, bilden wichtige Grundlagen, um diese neuen Aufgaben zu lösen.

DESIGN VERBINDET TECHNOLOGIE UND EMOTION

Die steigende Sachlichkeit unserer Alltagswelten stärkt die Sehnsucht nach Sinnlichkeit. Somit erhält die emotionale Komponente bei Design eine immer wesentlichere Rolle. Bei der emotionalen Kommunikation zwischen Mensch und Produkt übernimmt das Design eine bedeutende Aufgabe.

Die Ausstrahlung des Loewe Designs ist positiv, sympathisch, freundlich, feinfühlig, spannungsvoll, ehrlich, überzeugend und persönlich. Durch Fühlbarkeit von Verarbeitung, Materialien, Gewicht, Temperatur, Härte und anderen Eigenschaften werden zusätzliche Sinne angesprochen. Sensorik und Haptik führen zu einer wachsenden Multisensualität.

Beim Kunden ist eine grundsätzliche Änderung der Sehgewohnheiten und Erwartungshaltung eingetreten: Technische, mechanische und optische Qualität wird heute vorausgesetzt. Hier übernimmt das eigenständige Loewe Design eine zentrale Position. Kaum ein anderes Unternehmen hat in der Vergangenheit das Design der Branche so geprägt wie Loewe. Und dies konsequent über viele Jahre hinweg. Das sich stetig weiterentwickelnde hohe Gestaltungsniveau von Loewe zieht sich durchgängig über komplette Gerätefamilien bis ins kleinste Detail. Der Loewe eigene Gestaltungsmaßstab garantiert diese Konstanz. Er macht unser Design spontan erlebbar, klar, emotional und wertbeständig.

Das Loewe Design verwendet gestalterisch anerkannte und neue, eigene Qualitätsmerkmale, um dauerhaft emotional zu sein. Mit seiner Klarheit unterstützt es den Eindruck von technischer Präzision, Leistungsfähigkeit, Ästhetik und Wertigkeit. Zugleich fördert diese Klarheit die hohe Langlebigkeit des Gerätedesigns, denn Loewe Design ist nicht modisch oder trendfolgend, sondern trendbestimmend, vielschichtig und gestalterisch innovativ. Gekennzeichnet durch hohe Eigenständigkeit und die Reduzierung auf das Wesentliche bei gleichzeitiger Funktionalität beschreibt es zeitgemäßes Design und schafft zudem den Anspruch an das „Besondere“.

Mit zunehmender Miniaturisierung steigt die Bedeutung von Kompaktheit und Flachheit. Die Grundformen unserer Einzelprodukte sind einfach und selbsterklärend gehalten. Das Loewe Design erscheint damit immer natürlich und logisch nachvollziehbar. Im Dialog des technologischen Generationswechsels werden die wesentliche Besonderheit einer eingesetzten neuen Technologie und deren Vorteil gestalterisch herausgearbeitet. Nicht zuletzt bietet Loewe Design dem Kunden die Möglichkeit, Produkte seinen individuellen Ansprüchen entsprechend auszuwählen und integrativ in sein persönliches Wohnumfeld einzugliedern.

PRODUKTION

In den letzten Jahren bestimmte das stetig wachsende Produktionsvolumen die Herausforderungen an unsere Fertigung. 2002 blieb das Produktionsvolumen im Wesentlichen konstant. Dies bot die Möglichkeit zur Konsolidierung. Die Schwerpunkte der Investitionen konnten auf weitere Qualitätsverbesserung und Produktivitätssteigerung gelegt werden.

Als Investition in die Zukunft ist der Aufbau von Produktionseinrichtungen für neue Produktkategorien zu sehen. So wurde 2002 die Fertigungslinie für das Hi-Fi-System Certos/Concertos realisiert. Im Bereich der neuen Displaytechnologien nahmen wir eine komplett neue Anlage für die Produktion von LCD-Fernsehgeräten im 20"-Bildschirmformat in Betrieb.

Ein außerordentlicher Investitionsschwerpunkt war der Bau des neuen Logistikzentrums. Hier investierte Loewe ca. 4 Mio. Euro. Das Zentrum verbessert die Flexibilität und Wirtschaftlichkeit in Wareneingang und -lagerung, aber auch im Abtransport der Fertigwaren. Es ermöglicht eine noch schnellere und anpassungsfähigere Produktion der einzelnen Gerätevarianten durch Direktversorgung mit Großteilen an die Fertigungslinie. Daraus resultiert künftig eine deutliche Absenkung des Fertigwarenlagers und somit eine Reduzierung des gebundenen Kapitals.

Design schlägt die
Brücke zwischen Mensch
und Technik

Qualitätssteigerung
und flexible Fertigungs-
strukturen

Ab Oktober 2003:

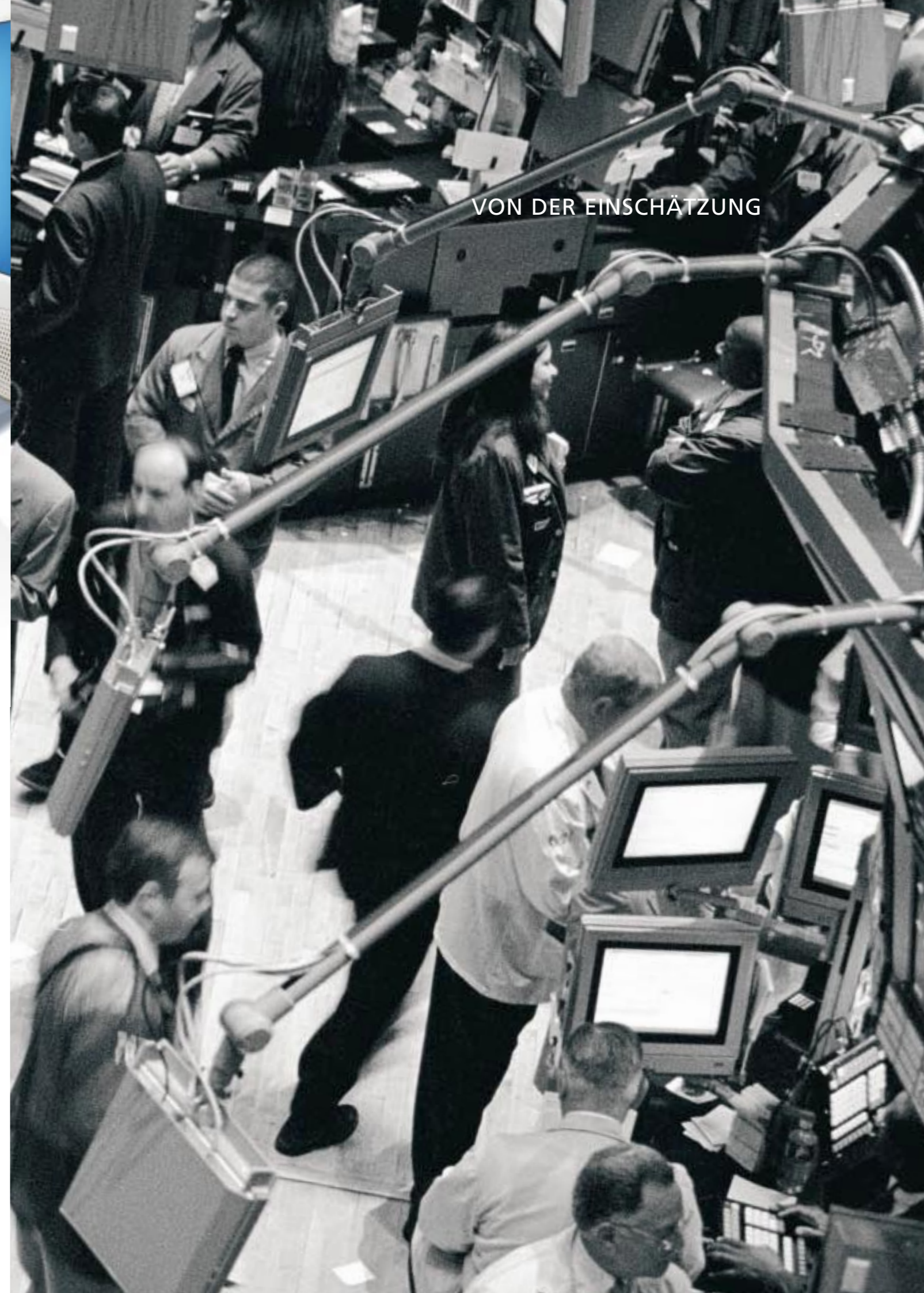
Das Flat-TV im einzigartigen Design. Loewe Mimo LCD-Fernseher mit Wechselblenden in Cayenne Red oder Ocean Blue.



AUSBLICK

In der Summe waren es zwei Aufgabenfelder, die das Jahr 2002 prägten: zum einen Investitionen in die Entwicklung neuer Systeme und Displaytechnologien, zum anderen die Erhöhung der Qualität und Flexibilität in der Produktion. Beides schaffte entscheidende Voraussetzungen für den Start unserer Produktoffensive im Bereich der bildschirmgestützten Geräte mit Real-Flat-Bildröhren als auch für die Markteinführung innovativer Produkte in den zukunftsweisenden Displaytechnologien wie Rückprojektion, Plasma und LCD. Parallel vergrößerte Loewe in Grundlagenprojekten das Know-how auf dem Feld der neuen digitalen Technologien – wichtige Meilensteine, um die Anforderungen der Zukunft vorbildlich zu erfüllen.

VON DER EINSCHÄTZUNG



ZUR GEWISSHEIT.

LOEWE IST EINDEUTIG



Trends und Moden gefallen nur einen Augenblick. Klare Ideen und Leistung dagegen haben Bestand. Loewe repräsentiert bleibende Werte. Dies gilt für unsere Produktpalette wie auch für das, was wir tun. Die Stärke aus Tradition und Wissen, kombiniert mit konsequenter Marktausrichtung und zukunftsorientierten Strategien führen Loewe zum Erfolg. Das beweisen nicht zuletzt unsere Zahlen.



KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 2002

	Anhang Nr.	Januar – Dezember 2002		Januar – Dezember 2001	
		Tsd. Euro	%	Tsd. Euro	%
Umsatzerlöse		385.593		392.858	
Einzustellender Geschäftsbereich		- 9.426		- 20.221	
Fortzuführender Geschäftsbereich	1	376.167	100,0	372.637	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen*)	2	- 270.670	- 72,0	- 274.633	- 73,7
Bruttoergebnis vom Umsatz		105.497	28,0	98.004	26,3
Marketing- und Vertriebskosten	3	- 74.783	- 19,9	- 63.248	- 17,0
Allgemeine Verwaltungskosten	4	- 10.944	- 2,9	- 10.253	- 2,7
Sonstige betriebliche Erträge	5	8.268	2,2	13.159	3,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	6	- 7.656	- 2,0	- 11.768	- 3,2
Erträge aus Beteiligungen		171	0,1	182	0,1
EBIT des fortzuführenden Geschäftsbereiches		20.553	5,5	26.076	7,0
Zinsen und ähnliche Erträge		313	0,1	471	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	7	- 2.075	- 0,6	- 2.083	- 0,5
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) des fortzuführenden Geschäftsbereiches		18.791	5,0	24.464	6,6
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) des einzustellenden Geschäftsbereiches	8	0		- 6.397	- 1,8
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)		18.791	5,0	18.067	4,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	9	- 7.624	- 2,0	- 7.484	- 2,0
Jahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter		11.167	3,0	10.583	2,8
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis		- 264	- 0,1	- 206	0,0
Konzernjahresüberschuss		10.903	2,9	10.377	2,8
Gewinnvortrag		17.690		16.327	
Dividendenzahlung		- 6.085		- 6.014	
Einstellung in Andere Gewinnrücklagen		- 5.000		- 3.000	
Konzernbilanzgewinn		17.508		17.690	

*die nachfolgenden Positionen bis einschließlich Zinsen und ähnliche Aufwendungen enthalten nur Angaben für den fortzuführenden Geschäftsbereich

Konzernjahresüberschuss des fortzuführenden Geschäftsbereiches	10	10.903	14.303	
Unverwässertes Ergebnis je Aktie** des fortzuführenden Geschäftsbereiches		1,52	2,00	
Unverwässertes Ergebnis je Aktie*** des fortzuführenden Geschäftsbereiches		1,52	2,02	
Verwässertes Ergebnis je Aktie**** des fortzuführenden Geschäftsbereiches		1,44	1,89	
** Zahl der ausgegebenen Aktien zum 31.12.		7.176.600	7.149.400	
*** Zahl der gemittelten Aktien nach IAS		7.159.133	7.093.957	
**** Zahl der ausgegebenen Aktien und Optionen		7.575.000	7.575.000	

KONZERNBILANZ 2002

Tsd. Euro	Anhang Nr.	2002	2001
Aktiva			
Anlagevermögen*	11		
Immaterielle Vermögensgegenstände		10.250	9.522
Sachanlagen		56.956	52.598
Finanzanlagen		236	248
Anlagevermögen, Gesamt		67.442	62.368
Umlaufvermögen*			
Vorräte	12	54.632	45.129
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13	81.447	86.131
Andere kurzfristige Forderungen	14	4.463	4.759
Liquide Mittel	15	3.717	9.478
Umlaufvermögen, Gesamt		144.259	145.497
Latente Steuerforderungen	16	87	1.326
Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches	17	52	11.726
Summe Aktiva		211.840	220.917
Passiva			
Eigenkapital	18		
Gezeichnetes Kapital		7.177	7.149
Bedingtes Kapital: 398 (Vorjahr 426)			
Kapitalrücklage		45.358	44.896
Andere Gewinnrücklagen		10.500	5.500
Bilanzgewinn		17.508	17.690
Eigenkapital, Gesamt		80.543	75.235
Anteile in Fremdbesitz	19	1.167	775
Rückstellungen*			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	20	28.170	27.729
Steuerrückstellungen	21	1.000	1.873
Sonstige Rückstellungen	22	47.764	50.199
Rückstellungen, Gesamt		76.934	79.801
Verbindlichkeiten*	23		
Langfristige Schulden		3.350	4.289
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		26.285	29.843
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		22.921	24.362
Verbindlichkeiten, Gesamt		52.556	58.494
Rückstellungen und Verbindlichkeiten des einzustellenden Geschäftsbereiches	24	640	6.612
Summe Passiva		211.840	220.917

* des fortzuführenden Geschäftsbereiches

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Tsd. Euro	2002	2001	
Laufende Geschäftstätigkeit*			
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	18.791	24.464	
Abschreibungen auf Anlagevermögen	20.989	20.466	
Buchverluste (+)/-gewinne (-) aus Anlagenverkäufen	- 76	53	
Zunahme der Pensionsrückstellungen	441	698	
Ertragsteuerzahlungen	- 8.674	- 9.883	
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögens	31.471	35.798	
Veränderung des Nettoumlaufvermögens			
Zunahme der Vorräte	- 9.503	- 2.067	
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	6.391	- 6.198	
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Sonstigen Rückstellungen	- 2.435	8.658	
Abnahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 6.888	- 2.705	
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	- 12.435	- 2.312	
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	19.036	33.486	
Investitionstätigkeit			
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 26.173	- 24.686	
Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	- 90	- 25	
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	93	114	
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	80	115	
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 26.090	- 24.482	
Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches	- 7.054	9.004	
Freier Cashflow des einzustellenden Geschäftsbereiches**	5.768	- 10.778	
Freier Cashflow, Total	- 1.286	- 1.774	
Finanzierungstätigkeit			
Zunahme (+)/Abnahme (-) des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	129	- 75	
Kapitalerhöhung	490	1.339	
Dividendenzahlung	- 6.085	- 6.014	
Aufnahme von Krediten	400	120	
Tilgung von Krediten	- 1.166	- 1.351	
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 6.232	- 5.981	
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	- 7.518	- 7.755	
Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	31.12.02	31.12.01	+/-
Liquide Mittel	3.742	9.540	- 5.798
Kurzfristige Bankschulden	- 10.596	- 8.876	- 1.720
Finanzmittelbestand	- 6.854	664	- 7.518

* die nachfolgenden Positionen bis einschließlich Cashflow aus Investitionstätigkeit enthalten nur Daten des fortzuführenden Geschäftsbereiches

** der freie Cashflow des einzustellenden Geschäftsbereiches ist im Anhang auf Seite 112 spezifiziert

ANHANG

GRUNDLAGEN DER AUFSTELLUNG DES ABSCHLUSSES

Der Konzernabschluss der Loewe AG ist gemäß § 292a HGB nach den 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.

KONSOLIDIERUNGSPRINZIPIEN

Ansatz und Bewertung der in den Konzernabschluss übernommenen Vermögensgegenstände und Schulden erfolgen nach einheitlichen Grundsätzen 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 geschaffener Immaterieller Vermögenswerte 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 Finanzierungsleasingverträgen gemäß IAS 17.
4. Bewertung der Pensionsrückstellungen nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) gemäß IAS 19.
5. In Anlehnung an IAS 19 Bewertung der Rückstellungen für Jubiläums- und Sterbegelder nach US-amerikanischen Rechnungslegungsvorschriften (FAS '87, Financial Accounting Standards Nr. 87) nach der sog. „Projected Unit Credit Method“.
6. Erstkonsolidierung der Loewe France S.A. gemäß IAS 22.
7. Einstellung von Geschäftsbereichen gemäß IAS 35.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

In den Konzernabschluss sind folgende Unternehmen mit einheitlichem Bilanzstichtag zum 31. 12. 2002 einbezogen:

	Gezeichnetes Kapital	Beteiligungshöhe
Mutterunternehmen		
Loewe AG, Kronach	EUR 7.176.600,00	
Tochterunternehmen		
Teilkonzern Loewe Opta GmbH, Kronach		
Loewe Opta GmbH, Kronach	EUR 23.010.000,00	99 %
Tochterunternehmen der Loewe Opta GmbH:		
a) BAK Vermögensverwaltungs GmbH i. L., Hannover	EUR 0,00	100 %
b) Loewe Pensionsgesellschaft mbH, Kronach	EUR 30.000,00	100 %

Das Stammkapital der BAK Vermögensverwaltungs GmbH i. L. wurde in 2002 an die Loewe Opta GmbH zurückgezahlt. Die Löschung der Gesellschaft erfolgt in 2003.

Die Loewe Pensionsgesellschaft mbH dient der Verwaltung von Gesellschaftsvermögen und Rentenverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitarbeitern der Loewe Opta GmbH.

Loewe Telecom GmbH i. L., Kronach	EUR 1.535.000,00	100 %
-----------------------------------	------------------	-------

Die Gesellschaft befindet sich seit November 2002 in Liquidation.

Loewe Opta Benelux N.V./S.A., Antwerpen/Belgien	EUR 61.973,38	90 %
---	---------------	------

Tochtergesellschaft der Loewe Opta Benelux N.V./S.A.:

Loewe Opta Nederland B.V., Nieuwegein/Niederlande (nicht eingefordertes Kapital Euro 72.604,83)	EUR 90.756,04	100 %
---	---------------	-------

Loewe Opta, Inc., City of Wilmington, County of New Castle, Delaware/USA	US\$ 1.000,00 EUR 957,30	100 %
--	-----------------------------	-------

Loewe France S.A., Strasbourg/Frankreich	EUR 150.000,00	75 %
--	----------------	------

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Alle konsolidierten Unternehmen mit Ausnahme der Loewe Opta, Inc., USA, gehören der Eurozone an. In Anlehnung an IAS 21 wurde für die Währungsumrechnung in der Bilanz der Loewe Opta, Inc., USA, der Geldkurs zum Bilanzstichtag (1 Euro = 1,0446 US\$) und in der Gewinn- und Verlustrechnung der Durchschnittskurs (1 Euro = 0,9449 US\$) zugrunde gelegt.

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

Die nachstehenden Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze sind gegenüber den im Vorjahr angewandten unverändert geblieben. Die Gliederung des Konzernabschlusses steht im Einklang mit den EG-Bilanzrichtlinien. Sie wurden in Anwendung von IAS 35 wie im Vorjahr durch den separaten Ausweis des einzustellenden Geschäftsbereiches Telekommunikation geändert.

Die Bilanzierung und Bewertung des fortzuführenden Geschäftsbereiches Home Media Systems erfolgt nach dem Going-Concern-Prinzip.

IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

Software und andere Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens 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, werden gemäß den Vorschriften in IAS 38 aktiviert, soweit sie die dort genannten Voraussetzungen erfüllen. Die Aktivierung erfolgt zu den angefallenen Herstellungskosten.

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 zum 31.12.1997 wurden aufgrund 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.

Leasinggegenstände werden gemäß den Vorschriften in IAS 17 aktiviert, soweit es sich um Finanzierungsleasing handelt.

Die Zugänge des Geschäftsjahres sind mit Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet.

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 kommt auf die Zugänge des ersten Halbjahres die volle, des zweiten Halbjahres die halbe Jahresabschreibung zum Ansatz. Anlagegüter mit Einzelanschaffungskosten unter 410 Euro werden sofort in voller Höhe abgeschrieben. Für die Absetzung für Abnutzung kommen folgende Abschreibungssätze zur Anwendung:

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

FINANZANLAGEN

Beteiligungen und Wertpapiere des Anlagevermögens sind mit den Anschaffungskosten oder niedrigeren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Die Sonstigen Ausleihungen 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 Material- und Fertigungsgemeinkosten berücksichtigt. Für ungängige Vorräte oder solche, bei denen die voraussichtlichen Veräußerungspreise nach Abzug der Veräußerungskosten die Anschaffungs- oder Herstellungskosten nicht decken, werden entsprechende Abwertungen vorgenommen.

FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind zu den Nominalwerten unter Abzug individueller Wertberichtigungen für Kreditrisiken ausgewiesen. Skonti, Zinsen und Bearbeitungskosten sind durch pauschale Wertberichtigungen berücksichtigt. Währungsforderungen sind zum Entstehungskurs bzw. niedrigeren Geldkurs zum Bilanzstichtag bewertet.

ANDERE KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

Die Sonstigen Vermögensgegenstände sind zu Nominalwerten unter Abzug von individuellen Wertberichtigungen bilanziert.

LATENTE STEUERFORDERUNGEN

Die Latenten Steuerforderungen sind entsprechend IAS 12 auf der Basis der 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 sich ergebende Abweichungen. Der Steuersatz bleibt unverändert bei 37,5 %. Steuererhöhungen, die im Fall einer Gewinnausschüttung von bisher nicht mit Körperschaftsteuer belastetem Eigenkapital entstehen würden, werden von den Latenten Steuerforderungen nicht in Abzug gebracht. Aus Gründen der Steeroptimierung sind derartige Gewinnausschüttungen nicht geplant. Latente Steueransprüche aus Verlustvorträgen werden gemäß IAS 12 aktiviert, soweit eine Realisierung wahrscheinlich ist.

LIQUIDE MITTEL

Der Kassenbestand und die Bankguthaben sind zum Nennwert bilanziert. Bankguthaben in Fremdwährung wurden mit dem Geldkurs zum Bilanzstichtag angesetzt.

GEZEICHNETES KAPITAL

Das Gezeichnete Kapital ist zum Nennwert ausgewiesen.

RÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen sind entsprechend IAS 19 (revised 2000) nach der „Projected Unit Credit Method“ (laufendes Einmalprämienverfahren) 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. Die nachstehenden Erläuterungen beziehen sich auf den fortzuführenden Geschäftsbereich Home Media Systems. Die Ergebnisse des einzustellenden Geschäftsbereiches sind separat ausgewiesen.

(1) UMSATZERLÖSE

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

Auf die einzelnen Produktbereiche entfallen:

	2002		2001	
	Tsd. Euro	%	Tsd. Euro	%
Fernsehen einschließlich Multimedia	318.502	84,7	316.811	85,0
DVD-Player	7.918	2,1	7.260	2,0
Videorecorder	7.316	1,9	10.962	2,9
Hi-Fi	6.908	1,8	3.704	1,0
Zubehör und sonstige Erlöse	35.523	9,5	33.900	9,1
Gesamt	376.167	100,0	372.637	100,0

Die Umsatzerlöse in den Regionen betragen:

	2002		2001	
	Tsd. Euro	%	Tsd. Euro	%
Deutschland	181.374	48,2	189.078	50,7
Europa ohne Deutschland	157.127	41,8	161.543	43,4
Restliche Welt	37.666	10,0	22.016	5,9
Gesamt	376.167	100,0	372.637	100,0

(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:

	2002	2001
Tsd. Euro		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	186.891	189.011
Handelswaren	31.671	37.055
Bezogene Leistungen	1.033	1.166
Personal- und andere Sachkosten	51.075	47.401
Gesamt	270.670	274.633

(3) MARKETING- UND VERTRIEBSKOSTEN

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

	2002	2001
Tsd. Euro		
Werbung	24.349	22.359
Frachten	12.245	10.569
Garantie	3.219	3.217
Übrige Vertriebs Einzelkosten	1.778	1.896
Personal- und andere Sachkosten	33.192	25.207
Gesamt	74.783	63.248

(4) ALLGEMEINE VERWALTUNGSKOSTEN

Für die Verwaltung sind nachstehende Kosten entstanden:

	2002	2001
Tsd. Euro		
Personal- und Sozialkosten	5.951	5.629
Sonstige Sach- und Gemeinkosten	4.993	4.624
Gesamt	10.944	10.253

(5) SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

Die Sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2002	2001
Tsd. Euro		
Berechnete Lieferungen und Leistungen	1.362	2.866
Mieterlöse	230	597
Öffentliche Fördermittel für Entwicklungsprojekte	1.194	1.637
Erhaltene Schadensersatzleistungen	566	1.486
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3.150	5.312
Sonstige Erträge	1.766	1.261
Gesamt	8.268	13.159

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen betreffen überwiegend nicht benötigte und nicht in Anspruch genommene Rückstellungen für Erlösschmälerungen sowie Lizenzgebühren.

(6) SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen betreffen:

Tsd. Euro	2002	2001
Aufwendungen für berechnete Lieferungen und Leistungen sowie Mieterlöse und erhaltene Schadensersatzleistungen	2.253	4.754
Aufwendungen für erhaltene Fördermittel	1.195	1.637
Zuführungen zu Sonstigen Rückstellungen	756	3.189
Andere betriebliche Aufwendungen	3.452	2.188
Gesamt	<u>7.656</u>	<u>11.768</u>

Die Aufwendungen für berechnete Lieferungen und Leistungen entsprechen den unter den Sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesenen Erlösen.

(7) ZINSEN UND ÄHNLICHE AUFWENDUNGEN

Die Zinsaufwendungen betreffen neben gezahlten Zinsen für Darlehen von Banken von 540 Tsd. Euro und Darlehen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. von 376 Tsd. Euro auch den Zinsanteil von 1.027 Tsd. Euro aus der Dotierung der Pensionsrückstellungen sowie 132 Tsd. Euro für sonstige ähnliche Aufwendungen.

(8) ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DES EINZUSTELLENDEN GESCHÄFTSBEREICHES TELEKOMMUNIKATION

Die Zusammensetzung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des einzustellenden Geschäftsbereiches ergibt sich aus der nachstehenden Übersicht.

Tsd. Euro	2002	2001
Umsatzerlöse	9.426	20.221
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 6.628	- 17.448
Bruttoergebnis vom Umsatz	2.798	2.773
Marketing- und Vertriebskosten	- 2.235	- 5.759
Allgemeine Verwaltungskosten	- 653	- 1.205
Sonstige betriebliche Erträge	366	276
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 276	- 2.119
EBIT	0	- 6.034
Zinsen und ähnliche Erträge	0	2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	- 365
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	0	- 6.397
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	2.471
Gesamt	<u>0</u>	<u>- 3.926</u>

Zu den einzelnen Positionen ergeben sich folgende Anmerkungen:

Die Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen umfassen die Einstandskosten für die bezogenen Handelswaren. Die Vertriebs- und Marketingkosten enthalten Kosten für Werbung, Fracht, Garantie sowie Personal- und andere Sachkosten. Die Verwaltungskosten beinhalten ebenfalls Personal- und andere Kosten.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge betreffen im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen.

(9) STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Die Aufwendungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betreffen mit 6.384 Tsd. Euro laufende Steuern und mit 1.240 Tsd. Euro Latente Steuern.

Der durchschnittliche effektive Steuersatz beträgt 40,5 % und liegt damit um 3,0 Prozentpunkte über dem für Latente Steuern angesetzten Steuersatz von 37,5 %. Die Differenz resultiert neben steuerlichen Hinzurechnungsbeträgen im Wesentlichen aus höheren Steuersätzen auf die Ergebnisse der Tochtergesellschaften in Belgien, den Niederlanden und Frankreich sowie einer vorsichtigen Bewertung der Ansprüche aus Verlustvorträgen.

Die Aufwendungen für Latente Steuern setzen sich wie folgt zusammen:

Tsd. Euro	
Veränderung der Latenten Steuerforderungen auf Basis der bilanziellen Unterschiede zwischen Konzernbilanz und den Handelsbilanzen	- 836
Verminderung der Latenten Steuerforderungen auf realisierbare Verlustvorträge	- 83
Verminderung des Latenten Steuerguthabens auf thesaurierte Gewinne	- 323
Veränderung der Latenten Steueransprüche aus den steuerlichen Ausgleichsposten infolge der Abweichungen zwischen den Handels- und Steuerbilanzen	+ 2
Gesamt	<u>- 1.240</u>

Überleitung des anzuwendenden Steuersatzes von 37,5 % auf den durchschnittlichen effektiven Steuersatz von 40,5 %:

in %	
Anzuwendender Steuersatz	37,5
Auswirkungen von steuerlich nicht abzugsfähigen Aufwendungen	0,4
Auswirkungen des höheren effektiven Steuersatzes auf die Ergebnisse der ausländischen Tochtergesellschaften	0,2
Nicht aktivierte Latente Steuern auf Verlustvorträge der Loewe Opta, Inc.	1,9
Andere Abweichungen im Saldo	0,5
Durchschnittlicher effektiver Steuersatz	<u>40,5</u>

Im Rahmen des Ergebnisabführungsvertrages zwischen der Loewe AG und der Loewe Opta GmbH wird einem Mitglied des Vorstands der Loewe AG, das seit 1997 einen Geschäftsanteil von 1 % am Stammkapital der Loewe Opta GmbH hält, gemäß § 304 AktG eine jährliche Ausgleichszahlung in Höhe von 73,6 Tsd. Euro gezahlt.

(10) ERGEBNIS PRO AKTIE

Der Konzernjahresüberschuss des Geschäftsbereiches Home Media Systems von 10.903 Tsd. Euro ist in Beziehung zu setzen zu den angegebenen 7.176.600 Stück Loewe Aktien. Damit ergibt sich ein Ergebnis pro Aktie im Berichtsjahr von 1,52 Euro (Vorjahr 2,00 Euro).

Unter Berücksichtigung der noch ausstehenden 398.400 Aktienoptionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis pro Aktie von 1,44 Euro. Von den Optionen können im Jahr 2003 bei Vorliegen der Optionsvoraussetzungen noch bis zu 240.700 Stück ausgeübt werden.

Auf Basis der nach IAS 33 gemittelten Anzahl der Aktien von 7.159.133 Stück ergibt sich ein Ergebnis für den fortzuführenden Geschäftsbereich pro Aktie von 1,52 Euro.

Übersicht	Geschäftsbereich Home Media Systems		Total	
	2002	2001	2002	2001
Konzernergebnis (Tsd. Euro)	10.903	14.303	10.903	10.377
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	1,52	2,00	1,52	1,45
Unverwässertes Ergebnis der gemittelten Aktien nach IAS in Euro	1,52	2,02	1,52	1,46
Verwässertes Ergebnis je Aktie in Euro	1,44	1,89	1,44	1,37
Zahl der ausgegebenen Aktien in Stück			7.176.600	7.149.400
Zahl der gemittelten Aktien nach IAS in Stück			7.159.133	7.093.957
Zahl der ausgegebenen Aktien und Optionen in Stück			7.575.000	7.575.000

ANGABEN ZUR BILANZ

Soweit nicht gesondert angegeben, werden nachstehend die Bilanzposten des fortzuführenden Geschäftsbereiches Home Media Systems erläutert.

(11) ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist nachstehend aufgeführt.

Tsd. Euro	Anschaf- fungs- und Her- stellungs- kosten (kumu- liert)	Zu- gänge	Ab- gänge (Anschaf- fungs- und Her- stellungs- kosten)	Umbu- chungen	Abschrei- bungen (kumu- liert)	Buch- wert am Ende des Geschäfts- jahres	Buch- wert Vorjahr	Abschrei- bungen des Ge- schäfts- jahres
I. Immaterielle Vermögensgegenstände								
1. Software und ähnliche Vermögenswerte	8.657	1.126	3.297	1	4.670	1.817	1.752	1.150
2. Entwicklungskosten	13.051	6.325	5.040	0	5.903	8.433	7.770	5.662
Gesamt	21.708	7.451	8.337	1	10.573	10.250	9.522	6.812
II. Sachanlagen								
1. Grundstücke und Bauten	37.096	3.818	173	45	15.843	24.943	22.038	916
2. Technische Anlagen und Maschinen	16.069	820	890	23	11.722	4.300	5.570	2.113
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	96.763	14.084	7.572	- 69	75.493	27.713	24.990	11.123
Gesamt	149.928	18.722	8.635	- 1	103.058	56.956	52.598	14.152
III. Finanzanlagen								
1. Beteiligungen	47	0	0	0	25	22	47	25
2. Wertpapiere des Anlagevermögens	0	12	0	14	1	25	0	0
3. Sonstige Ausleihungen	206	63	80	0	0	189	201	0
Gesamt	253	75	80	14	26	236	248	25
Anlagevermögen, Gesamt	171.889	26.248	17.052	14	113.657	67.442	62.368	20.989

Die Immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten Produkt- und EDV-Software und Entwicklungskosten. Die Entwicklungskosten enthalten überwiegend aktivierte eigene Entwicklungsaufwendungen. Die gesamten Entwicklungskosten in 2002 betragen 13.280 Tsd. Euro (Vorjahr 12.029 Tsd. Euro). Die weiteren Immateriellen Vermögensgegenstände betreffen im Wesentlichen Software.

Die Grundstücke und Gebäude wie auch die Technischen Anlagen und Maschinen dienen überwiegend der Produktion in Kronach. Die Anderen Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung enthalten Büro-, sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung für die Fertigung und hochwertige Präsentationssysteme für den Vertrieb sowie Werkzeuge, die von Lieferanten genutzt werden.

Im Anlagevermögen sind auch Leasinggegenstände erfasst, soweit es sich um Finanzierungsleasing handelt. Zum 31. 12. 2002 beträgt der Nettobuchwert der erfassten Leasinggegenstände 19 Tsd. Euro (Vorjahr 119 Tsd. Euro).

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

(12) VORRÄTE

Das Vorratsvermögen setzt sich zusammen aus:

Tsd. Euro	2002	2001
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	13.768	12.476
Unfertige Erzeugnisse	1.756	2.032
Fertige Erzeugnisse und Waren	39.108	30.621
Gesamt	54.632	45.129

Durch die ungünstigen Marktbedingungen und den im 4. Quartal 2002 eingetretenen Umsatzrückgang haben sich die Vorräte gegenüber dem Vorjahr um 9,5 Mio. Euro erhöht.

Der reduzierte Materialbedarf konnte nicht im gleichen Umfang durch geringere Zulieferungen von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen ausgeglichen werden.

Die Erhöhung der Fertigen Erzeugnisse und Waren resultiert im Wesentlichen aus dem Aufbau der Lagerbestände bei Fernsehgeräten.

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 5.458 Tsd. Euro (Vorjahr 3.545 Tsd. Euro) enthalten. Auf die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Unfertige Erzeugnisse sind Wertabschläge von 1.990 Tsd. Euro (Vorjahr 1.220 Tsd. Euro) berücksichtigt.

(13) FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

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

Im Bilanzausweis der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind Abschläge für das Insolvenzrisiko, Skontokürzungen, Bearbeitungskosten und Zinsen als Wertberichtigungen in ausreichendem Maße berücksichtigt.

Die Wertberichtigungen für das Insolvenzrisiko werden individuell bemessen. Dabei sind für größere Einzelforderungen im Inland die bestehenden Kreditversicherungen sowie für Auslandsforderungen zur Verfügung stehende Akkreditive, Bankgarantien und Kreditversicherungen entsprechend beachtet.

(14) ANDERE KURZFRISTIGE FORDERUNGEN

Die Anderen kurzfristigen Forderungen betreffen:

Tsd. Euro	2002	2001
Umsatz- und Ertragsteuern	2.481	2.300
Guthaben bei Lieferanten	479	248
Restforderungen aus Anteilsverkäufen an Tochtergesellschaften	305	83
Ansprüche gegenüber Versicherungen	176	238
Reisekosten- und sonstige Personalvorschüsse	120	185
Schadensersatzansprüche	72	1.276
Übrige vorausgezahlte Kosten und sonstige kurzfristige Ansprüche	830	429
Gesamt	4.463	4.759

Von den Forderungen haben 48 Tsd. Euro eine Laufzeit von ein bis fünf Jahren (Vorjahr 73 Tsd. Euro). Die übrigen Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

(15) LIQUIDE MITTEL

Die Liquiden Mittel bestehen in kurzfristigen Guthaben bei den Geschäftsbanken in Höhe von 3.717 Tsd. Euro.

(16) LATENTE STEUERFORDERUNGEN

Die im Konzern saldiert ausgewiesenen Latenten Steuerforderungen betreffen Gewinnsteuern auf realisierbare Verlustvorträge mit einem Latenten Steueranspruch von 185 Tsd. Euro und temporäre Abweichungen zwischen Steuerbilanzansätzen und Ansätzen in der Konzernbilanz mit einer Latenten Verpflichtung von 98 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.

(17) VERMÖGENSWERTE DES EINZUSTELLENDEN GESCHÄFTSBEREICHES TELEKOMMUNIKATION

Die Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches stellen sich wie folgt dar:

Tsd. Euro	2002	2001
Werte des Umlaufvermögens		
Vorräte	0	6.644
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	4.966
Andere kurzfristige Forderungen	1	54
Liquide Mittel	25	62
Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches	52	11.726

Die Entwicklung des Anlagevermögens des einzustellenden Geschäftsbereiches stellt sich wie folgt dar:

Tsd. Euro	Anschaffungs- und Herstellungskosten (kumuliert)	Zugänge	Abgänge (Anschaffungs- und Herstellungskosten)	Abschreibungen (kumuliert)	Buchwert am Ende des Geschäftsjahres	Buchwert Vorjahr	Abschreibungen des Geschäftsjahres
I. Immaterielle Vermögensgegenstände							
1. Software und ähnliche Vermögenswerte	900	0	900	0	0	0	0
II. Sachanlagen							
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	831	157	988	0	0	0	106
Gesamt	1.731	157	1.888	0	0	0	106

Die Gegenstände des Anlagevermögens waren bereits im Vorjahr in voller Höhe abgeschrieben. Im Rahmen der Verwertung des Anlagevermögens konnte ein Ertrag in Höhe von 812 Tsd. Euro erzielt werden.

Sämtliche Vorräte wurden im Geschäftsjahr 2002 verkauft.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von 26 Tsd. Euro zeigen die restlichen Forderungen aus dem operativen Geschäft.

(18) EIGENKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt am Bilanzstichtag 7.177 Tsd. Euro (Vorjahr 7.149 Tsd. Euro). Es ist in 7.176.600 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt.

Aufgrund des Bedingten Kapitals sind in dem Geschäftsjahr 2002 durch die Ausübung von Optionsrechten nach dem Aktienoptionsprogramm 27.200 neue Stückaktien im rechnerischen Nennbetrag von je 1,00 Euro aus der Bedingten Kapitalerhöhung im Gesamtnennbetrag von 27.200,00 Euro ausgegeben worden. Das Grundkapital der Gesellschaft beträgt am Bilanzstichtag 7.176.600,00 Euro und ist eingeteilt in 7.176.600 auf den Inhaber lautende Stückaktien.

Das Grundkapital ist zur Durchführung des Aktienoptionsprogramms weiterhin um bis zu 398.400 Aktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital). Die Bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Bezugsrechten an Vorstandsmitglieder, Prokuristen und Führungskräfte der Gesellschaft sowie Geschäftsführer, Prokuristen und Führungskräfte verbundener Unternehmen nach Maßgabe des Beschlusses der Hauptversammlung.

Die in § 5 Abs. 2 der Satzung enthaltene Ermächtigung zur Erhöhung des Grundkapitals, die mit einem Betrag von 425.000,00 Euro noch nicht ausgenutzt worden ist, wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Juni 2002 aufgehoben. Weiterhin wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis spätestens zum 26. Juni 2007 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe von bis zu 3.500.000 auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Sach- oder Geldeinlagen einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt 3.500.000,00 Euro zu erhöhen. Hierbei ist den Aktionären ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch jeweils mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, das Bezugsrecht in den folgenden Fällen auszuschließen:

- a) zum Ausgleich von Spitzenbeträgen;
- b) zur Gewinnung von Sacheinlagen, insbesondere in Form von Unternehmen oder Unternehmensteilen;
- c) im Falle der Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen, soweit die Kapitalerhöhung zehn vom Hundert des Grundkapitals nicht übersteigt sowie der Ausgabepreis der Aktien den Börsenkurs nicht wesentlich unterschreitet.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausschüttung festzulegen (Genehmigtes Kapital 2002).

Die Erhöhung der Kapitalrücklage gegenüber dem Vorjahr resultiert aus der Ausgabe von 27.200 Bezugsaktien aus der Bedingten Kapitalerhöhung im Geschäftsjahr. Der Ausgabebetrag betrug 18,00 Euro je Stückaktie.

Die Entwicklung des Konzerneigenkapitals ist wie folgt:

	Anzahl der Aktien	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Erwirtschaftetes Konzern-Eigenkapital	Eigenkapital, Total	Anteile im Fremdbesitz	Konzern-eigenkapital
	Stück	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro
Stand am 31.12.2001	7.149.400	7.149	44.896	5.500	17.690	75.235	775	76.010
Dividendenausschüttung für 2001		0	0	0	- 6.085	- 6.085	- 88	- 6.173
Kapitalerhöhung durch Ausübung von Optionen	27.200	28	462	0	0	490	0	490
Zugang Fremdanteile Loewe France S.A.		0	0	0	0	0	216	216
Jahresüberschuss 2002		0	0	0	10.903	10.903	264	11.167
Einstellung in die Anderen Gewinnrücklagen		0	0	5.000	- 5.000	0	0	0
Stand am 31.12.2002	7.176.600	7.177	45.358	10.500	17.508	80.543	1.167	81.710
Vorgesehene Dividendenausschüttung für 2002		0	0	0	- 6.100	- 6.100	- 73	- 6.173
	7.176.600	7.177	45.358	10.500	11.408	74.443	1.094	75.537

Aus dem Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2002 sind gemäß Beschluss des Vorstands 5.000 Tsd. Euro in die Anderen Gewinnrücklagen eingestellt worden.

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

(19) ANTEILE IN FREMDBESITZ

Anteile in Fremdbesitz bestehen bei der Loewe Opta GmbH, Kronach (1%), der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. (10%) und der Loewe France S.A. (25%). Der Posten entwickelte sich wie folgt:

Tsd. Euro	
Stand am 01. 01. 2002	775
Zugang Loewe France S.A.	216
Zugang Ergebnisanteile 2002	264
Abgang durch Gewinnausschüttung Loewe Opta GmbH	- 88
Stand am 31. 12. 2002	1.167
davon betreffen:	
Loewe Opta GmbH	273
Loewe Opta Benelux N.V./S.A.	564
Loewe France S.A.	330
	1.167

(20) PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

Die Pensionsrückstellungen betreffen ausschließlich den fortzuführenden Geschäftsbereich und beinhalten 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 Ausgliederung übertragen. Zugleich wurden der Gesellschaft die zur Deckung ihrer Verpflichtungen erforderlichen Mittel zur Verfügung gestellt. Die Geschäftsanteile der Loewe Pensionsgesellschaft mbH befinden sich zu 100 % in den Händen der Loewe Opta GmbH. Aus diesem Grunde wird sie in den Konsolidierungskreis mit einbezogen. 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:

%	2002	2001
Zinssatz für die Diskontierung	5,0	5,0
Erwartete Lohn- und Gehaltssteigerungen p.a.	2,0	2,0
Erwartete Rentensteigerungen p.a.	1,5	1,5

Die ausgewiesene Rückstellung berechnet sich wie folgt:

Tsd. Euro	2002	2001
Barwert der Pensionsverpflichtungen des Loewe Konzerns	22.890	22.346
Barwert der Pensionsverpflichtungen der Unterstützungskasse	14.900	15.780
Barwert der Verpflichtungen, Gesamt	37.790	38.126
abzüglich Vermögen der Unterstützungskasse	9.620	10.397
Rückstellung	28.170	27.729

Der Barwert der Verpflichtungen wurde anhand von versicherungsmathematischen Gutachten nach der „Projected Unit Credit“-Methode (laufendes Einmalprämienverfahren) entsprechend den Vorgaben in IAS 19 (revised 2000) auf die beiden Stichtage ermittelt.

Das Vermögen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. ist zu etwa 23 % in Wertpapierfonds investiert. Die Werte der betreffenden Fonds bestehen vornehmlich aus Aktien internationaler Adressen. Daneben hat die Unterstützungskasse der Loewe Opta GmbH ein kurzfristiges Darlehen von 5,9 Mio. Euro nach dem Stand zum Jahresende 2002 gewährt, das unter den Sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen ist.

Das Wertpapiervermögen der Unterstützungskasse ist mit aktuellen Kursen zum 31.12.2002 bewertet. Aufgrund der gesunkenen Kurse musste eine Zuführung zur Wertberichtigung in Höhe von 1,2 Mio. Euro vorgenommen werden. Der insgesamt entstandene Fehlbetrag der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. von 1,4 Mio. Euro wird durch das Trägerunternehmen Loewe Opta GmbH ausgeglichen. Die Forderungen an die Loewe Opta GmbH sind ebenso wie Bankguthaben mit dem Nennwert angesetzt.

Das Vermögen der Loewe Pensionsgesellschaft mbH ist am Bilanzstichtag im Wesentlichen in Form eines kurzfristigen verzinslichen Darlehens von 10,1 Mio. Euro bei der Loewe Opta GmbH angelegt.

Die Veränderungen bei den Pensionsrückstellungen beinhalten folgende Beträge:

Tsd. Euro		
Stand am 01. 01. 2002		27.729
a) Erfolgsneutrale Veränderungen		
Pensionszahlungen in 2002	- 2.195	
Inanspruchnahme des Vermögens der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.	1.316	
Zuwendung der Loewe Opta GmbH an die Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.	- 1.400	
Zugänge für arbeitnehmerfinanzierte Versorgungszusagen	33	- 2.246
		25.483
b) Erfolgswirksame Veränderungen		
Ausweis unter Zinsaufwendungen		
- Zinsaufwand auf eigene Verpflichtungen		1.027
Ausweis unter Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten		
- Laufender Dienstaufwand	461	
- Versicherungsmathematische Gewinne	- 425	
Ergebnisse der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V.		
- Zinsaufwand auf Verpflichtungen	753	
- Zinserträge aus Vermögen	- 366	
- Wertverluste der Finanzanlagen	1.237	1.660
Stand am 31. 12. 2002		28.170

Die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden nach tatsächlichem Anfall ausgewiesen.

Der Ausweis der Zinsaufwendungen auf die eigenen Verpflichtungen erfolgte unter den Zinsaufwendungen.

Die Pensionszahlungen setzen sich wie folgt zusammen:

Tsd. Euro	
Pensionszahlungen durch Konzerngesellschaften	879
Pensionszahlungen durch die Unterstützungskasse	1.316
Pensionszahlungen, Gesamt	2.195

Für das Jahr 2003 werden Pensionszahlungen in Höhe von 2.344 Tsd. Euro erwartet.

Die Unterstützungskasse hat die Pensionszahlungen aus den erzielten Zinserträgen und einer Zahlung der Loewe Opta GmbH von 1.400 Tsd. Euro finanziert.

(21) STEUERRÜCKSTELLUNGEN

Die Steuerrückstellungen betreffen die zu zahlenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag und sind sämtlich innerhalb eines Jahres zur Zahlung fällig.

(22) SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die Sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

Tsd. Euro	2002	2001
Jahresumsatzvergütungen	16.125	20.495
Garantiekosten	8.405	7.060
Personalkosten	9.870	7.092
Lizenzgebühren	4.353	6.207
Übrige	9.011	9.345
Sonstige Rückstellungen, Gesamt	47.764	50.199

Die Sonstigen Rückstellungen haben sich in 2002 wie folgt entwickelt:

Tsd. Euro	Stand 01.01.02	Zu- gänge	Inan- spruch- nahme	Auf- lösungen	Stand 31.12.02
Jahresumsatz- vergütungen	20.495	15.114	18.185	1.299	16.125
Garantiekosten	7.060	7.863	6.518	0	8.405
Personalkosten	7.092	7.452	4.605	69	9.870
Lizenzgebühren	6.207	569	1.453	970	4.353
Übrige	9.345	6.215	5.737	812	9.011
Sonstige Rückstellungen, Gesamt	50.199	37.213	36.498	3.150	47.764

Die Rückstellungen für Jahresumsatzvergütungen sind auf Basis der für Bonifikationen und andere Vergütungen getroffenen Vereinbarungen gebildet und betreffen vornehmlich das Inland. Die Garantierückstellungen werden 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, Altersteilzeit sowie variable Vergütungen. Die Lizenzrückstellungen werden für etwaige sich aus Schutzrechtsverletzungen ergebende Lizenzzahlungen gebildet.

Die Sonstigen Rückstellungen sind generell innerhalb eines Jahres fällig, lediglich von den Garantierückstellungen hat ein Anteil von ca. 1,9 Mio. Euro eine Laufzeit von über einem Jahr.

(23) VERBINDLICHKEITEN

Tsd. Euro	31.12.2002	31.12.01
Langfristige Schulden	3.350	4.289
davon: gegenüber Banken	(3.350)	(4.248)
gegenüber Dritten	(0)	(41)
davon: Restlaufzeit		
– 1 bis 5 Jahre	(2.456)	(3.633)
– über 5 Jahre	(0)	(656)
davon: durch Grundschulden gesicherte Beträge	(3.350)	(4.248)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	26.285	29.843
davon: Restlaufzeit		
– unter 1 Jahr	(26.285)	(29.843)
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	22.921	24.362
davon: Restlaufzeit		
– unter 1 Jahr	(22.921)	(24.362)
Kurzfristige Bankschulden	(10.596)	(8.875)
Kurzfristige Teilbeträge der Langfristigen Schulden	(902)	(1.129)
davon: gegenüber Banken	(898)	(1.090)
gegenüber Dritten	(4)	(39)
davon: durch Grundschulden gesicherte Beträge	(898)	(1.090)
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	(11.423)	(14.358)
davon: aus Steuern	(855)	(675)
im Rahmen der sozialen Sicherheit	(1.642)	(1.186)
Verbindlichkeiten Geschäftsbereich Home Media Systems, Gesamt	52.556	58.494

LANGFRISTIGE SCHULDEN

Die Langfristigen Schulden betreffen Bankschulden.

Die Bankschulden bestehen bei der Loewe Opta GmbH. Die Veränderung des Bilanzausweises gegenüber dem Vorjahr beruht auf planmäßigen Tilgungen.

ANDERE KURZFRISTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die Sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten betreffen Darlehen der Loewe Opta Unterstützungskasse e.V. mit 5.900 Tsd. Euro, daneben vor allem Steuerverbindlichkeiten und soziale Abgaben. Die unter den Kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Beträge haben ausnahmslos eine Laufzeit von unter einem Jahr.

**(24) RÜCKSTELLUNGEN UND VERBINDLICHKEITEN DES EINZUSTELLENDE
GESCHÄFTSBEREICHES TELEKOMMUNIKATION**

Die Sonstigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten des einzustellenden Geschäftsbereiches setzen sich wie folgt zusammen:

Tsd. Euro	2002	2001
Sonstige Rückstellungen		
Jahresumsatzvergütungen	43	617
Garantiekosten	360	945
Personalkosten	–	952
Übrige Rückstellungen	77	660
	480	3.174
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4	3.373
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	156	65
	160	3.438
Rückstellungen und Verbindlichkeiten des einzustellenden Geschäftsbereiches, Gesamt	640	6.612

Als Andere kurzfristige Verbindlichkeiten sind im Wesentlichen nur Personal- und Sozialverpflichtungen ausgewiesen. Die Sonstigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten sind sämtlich kurzfristig fällig.

SONSTIGE ANGABEN

HAFTUNGSVERHÄLTNISS E UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Es bestehen folgende Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen:

Tsd. Euro	31.12.02	31.12.01
Verbindlichkeiten aus der Begebung und Übertragung von Wechseln	0	5
Verpflichtungen aus Miet-, Wartungs- und Leasingverträgen		
– fällig in 2003 (Vorjahr 2002)	3.059	2.738
– fällig in 2004 bis 2007 (Vorjahr 2003 bis 2006)	2.599	2.627

Ausstehende Einlagen bei Beteiligungsgesellschaften gemäß § 24 GmbHG betragen 31 Tsd. Euro (Vorjahr 38 Tsd. Euro).

Bei den Hausbanken bestehen Barkreditlinien für kurzfristige Kredite in Höhe von 32,5 Mio. Euro. Für die verbindlich gewährten Kreditlinien sind keine Bereitstellungsprovisionen 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	2002	2001
Fortzuführender Geschäftsbereich		
Gewerbliche Mitarbeiter	529	532
Angestellte	630	549
Arbeitnehmer nach § 285 Ziff. 7 HGB	1.159	1.081
Auszubildende	91	89
Mitarbeiter, Gesamt	1.250	1.170
Einzustellender Geschäftsbereich		
Gewerbliche Mitarbeiter	–	–
Angestellte	11	39
Arbeitnehmer nach § 285 Ziff. 7 HGB	11	39
Auszubildende	–	–
Mitarbeiter, Gesamt	11	39
Mitarbeiter, Total	1.261	1.209

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

Tsd. Euro	2002	2001
Löhne und Gehälter	55.146	48.573
Soziale Aufwendungen	9.154	8.359
Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung	539	250
Gesamt	64.839	57.182

ANGABEN NACH § 160 ABS. 1 ZIFFER 8 AKTG

Die Gesellschaft hat in der Börsen-Zeitung Nr. 8 vom 12. Januar 2002 die nachstehend aufgeführte Anzeige veröffentlicht:

„Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Der Gesellschaft sind gemäß § 21 Abs. 1 WpHG Mitteilungen über Beteiligungen ab 10 % der Stimmrechte und das Unterschreiten von 5 % der Stimmrechte zugegangen:

Die J&A Vermögensverwaltungs GmbH, Kronach, hat mitgeteilt, dass sie am 27. Dezember 2001 die Schwelle von 5 % und die Schwelle von 10 % der Stimmrechte überschritten hat und ihr Stimmrechtsanteil nunmehr 17,67 % beträgt.

Herr Dr. Rainer Hecker, Kronach, hat mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil durch Zurechnung gemäß § 22 Abs. 1 Nr. 2 WpHG die Schwelle von 10 % überschritten hat und sein Stimmrechtsanteil nunmehr 24,75 % beträgt, wobei ihm davon 17,67 % über die J&A Vermögensverwaltungs GmbH, Kronach, gemäß § 22 Abs. 1 Nr. 2 WpHG zuzurechnen sind.

Frau Helga Hecker, Kronach, hat mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 27. Dezember 2001 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und sie an der Gesellschaft nicht mehr beteiligt ist.

Frau Julia Hecker, Kronach, hat mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil am 27. Dezember 2001 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und sie an der Gesellschaft nicht mehr beteiligt ist.

Herr Andreas Hecker, Kronach, hat mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil am 27. Dezember 2001 die Schwelle von 5 % unterschritten hat und er an der Gesellschaft nicht mehr beteiligt ist.“

In der Börsen-Zeitung Nr. 16 vom 24. Januar 2002 hat die Gesellschaft folgende Anzeige veröffentlicht:

„Veröffentlichung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Herr Klaus Deisler, 96317 Kronach, hat den Vorstand der Loewe AG gemäß § 21 Abs. 1 WpHG darüber informiert, dass Herr Klaus Deisler am 17.01.2002 die Schwelle von 5 % der Stimmrechte an der Loewe AG unterschritten hat und sein Stimmrechtsanteil nun 3,99 % beträgt.“

In der Börsen-Zeitung Nr. 99 vom 25. Mai 2002 hat die Gesellschaft folgende Anzeige veröffentlicht:

„Veröffentlichung gemäß § 41 Absatz 3 WpHG

1. Die 3i Group plc, 91 Waterloo Road, London, England hat mit Schreiben vom 03. April 2002 mitgeteilt, dass der ihr gehörende und zuzurechnende Stimmrechtsanteil an der Loewe AG am 01. April 2002 10,22 % betrug. Hiervon sind der 3i Group plc 5,11 % der Stimmrechte gemäß § 22 Absatz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

2. Die 3i Investments plc, 91 Waterloo Road, London, England hat mit Schreiben vom 03. April 2002 mitgeteilt, dass der ihr gemäß § 22 Absatz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil am 01. April 2002 12,22 % betrug.

Die 3i Investments plc, 91 Waterloo Road, London, England hat mit ergänzendem Schreiben vom 21. Mai 2002 mitgeteilt, dass der ihr zustehende und zur Gänze gemäß § 22

Absatz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil an der Loewe AG am 01. April 2002 12,22 % betrug.

3. Die 3i Europartners II LP, 91 Waterloo Road, London, England hat mit Schreiben vom 03. April 2002 mitgeteilt, dass der ihr gehörende Stimmrechtsanteil am 01. April 2002 5,11 % betrug.

4. Die 3i Europartners II GP Ltd., 91 Waterloo Road, London, England hat mit Schreiben vom 03. April 2002 mitgeteilt, dass der ihr gemäß § 22 Absatz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil am 01. April 2002 5,11 % betrug.

Die 3i Europartners II GP Ltd., 91 Waterloo Road, London, England hat mit ergänzendem Schreiben vom 21. Mai 2002 mitgeteilt, dass der ihr zustehende und zur Gänze gemäß § 22 Absatz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil an der Loewe AG am 01. April 2002 5,11 % betrug.

5. Die 3i Holdings plc, 91 Waterloo Road, London, England hat mit Schreiben vom 03. April 2002 mitgeteilt, dass der ihr gemäß § 22 Absatz Nr. 1 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil am 01. April 2002 5,11 % betrug.

Die 3i Holdings plc, 91 Waterloo Road, London, England hat mit ergänzendem Schreiben vom 21. Mai 2002 mitgeteilt, dass der ihr zustehende und zur Gänze gemäß § 22 Absatz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnende Stimmrechtsanteil an der Loewe AG am 01. April 2002 5,11 % betrug.“

Weitere Mitteilungen nach § 21 ff. WpHG hat die Gesellschaft nicht erhalten.

ANGABEN NACH § 161 AKTG

Gemäß Beschluss vom 10. September 2002 von Vorstand und Aufsichtsrat der Loewe AG entspricht die Loewe AG den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex vom 30. August 2002 mit der Ausnahme der Empfehlung zu Ziffer 7.1.2., Satz 2, 1. Halbsatz (Veröffentlichung des Konzernabschlusses binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende).

Im Interesse der Qualität der Loewe Rechnungslegung wird die Gesellschaft die Offenlegung ihres Abschlusses innerhalb von 4 Wochen nach dem 31. März 2003 vornehmen. Es ist aus heutiger Sicht davon auszugehen, dass im Jahre 2004 der Konzernabschluss innerhalb der 90-Tage-Frist veröffentlicht wird.

Diese Entsprechenserklärung ist im Internet seit dem 11. Dezember 2002 den Aktionären dauerhaft zugänglich gemacht.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnungen des fortzuführenden und des einzustellenden Geschäftsbereiches sind in der nachstehenden Übersicht im Einzelnen dargestellt.

	Fortzuführender Geschäftsbereich		Einzustellender Geschäftsbereich		Total	
	2002	2001	2002	2001	2002	2001
Tsd. Euro						
Laufende Geschäftstätigkeit						
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	18.791	24.464	0	- 6.397	18.791	18.067
zuzüglich/abzüglich						
Abschreibungen auf Anlagevermögen	20.989	20.466	106	1.747	21.095	22.213
Buchverluste (+)/-gewinne (-) aus Anlagenverkäufen	- 76	53	- 812	0	- 888	53
Zunahme der Pensionsrückstellungen	441	698	0	0	441	698
Ertragsteuerzahlungen	- 8.674	- 9.883	0	0	- 8.674	- 9.883
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	31.471	35.798	- 706	- 4.650	30.765	31.148
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte	- 9.503	- 2.067	6.644	- 5.268	- 2.859	- 7.335
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Lieferungs- forderungen und anderen Aktiva	6.391	- 6.198	4.993	- 1.819	11.384	- 8.017
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Sonstigen Rückstellungen	- 2.435	8.658	- 2.694	1.696	- 5.129	10.354
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Lieferungs- verbindlichkeiten und anderen Passiva	- 6.888	- 2.705	- 3.278	403	- 10.166	- 2.302
Veränderung Nettoumlaufvermögen	- 12.435	- 2.312	5.665	- 4.988	- 6.770	- 7.300
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	19.036	33.486	4.959	- 9.638	23.995	23.848
Investitionstätigkeit						
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 26.173	- 24.686	- 157	- 1.140	- 26.330	- 25.826
Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	- 90	- 25	0	0	- 90	- 25
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	93	114	966	0	1.059	114
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	80	115	0	0	80	115
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 26.090	- 24.482	809	- 1.140	- 25.281	- 25.622
Freier Cashflow	- 7.054	9.004	5.768	- 10.778	- 1.286	- 1.774
Finanzierungstätigkeit						
Zunahme (+)/Abnahme (-) des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	129	- 75	0	0	129	- 75
Kapitalerhöhung	490	1.339	0	0	490	1.339
Dividendenzahlung	- 6.085	- 6.014	0	0	- 6.085	- 6.014
Aufnahme von Krediten	400	120	0	0	400	120
Tilgung von Krediten	- 1.166	- 1.351	0	0	- 1.166	- 1.351
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 6.232	- 5.981	0	0	- 6.232	- 5.981
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	- 13.286	3.023	5.768	- 10.778	- 7.518	- 7.755
Zusammensetzung des Finanzmittelbestands	31.12.02	31.12.01	+/-			
Liquide Mittel	3,742	9,540	- 5,798			
Kurzfristige Bankschulden	- 10,596	- 8,876	- 1,720			
Finanzmittelbestand	- 6,854	664	- 7,518			

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Der Konzern war in 2002 in zwei Geschäftsbereichen tätig (Primärsegmente gemäß IAS 14), im fortzuführenden Geschäftsbereich Home Media Systems und im einzustellenden Geschäftsbereich Telekommunikation.

Der Geschäftsbereich Home Media Systems ist im Teilkonzern Loewe Opta GmbH, im Teilkonzern Loewe Opta Benelux N.V./S.A., der Loewe Opta, Inc., USA, und der Loewe France S.A. organisiert. Der Geschäftsbereich Telekommunikation wurde durch die Loewe Telecom GmbH i.L. wahrgenommen, die Ressourcen der Loewe Opta GmbH und der Loewe Opta Benelux N.V./S.A. genutzt hat.

Der Geschäftsbereich Home Media Systems vertreibt weltweit Fernsehgeräte aus eigener Herstellung und aus Kooperationen sowie zugekaufte DVD-Player, Videorecorder und andere Produkte. Der Geschäftsbereich Telekommunikation befasste sich mit dem Vertrieb von Restbeständen an Telefonen und Anrufbeantwortern.

Beide Geschäftsbereiche sind vorwiegend im europäischen Bereich mit dem Schwerpunkt Bundesrepublik Deutschland tätig. Die Produktionsanlagen für den Geschäftsbereich Home Media Systems befinden sich in Deutschland, die Produkte der Telekommunikation wurden von Unternehmern in Asien hergestellt.

Die Segmentergebnisse der Geschäftsbereiche sind aus der nachstehenden Spezifikation ersichtlich:

Tsd. Euro	Fortzuführender Geschäftsbereich		Einzustellender Geschäftsbereich		Total	
	Januar – Dezember		Januar – Dezember		Januar – Dezember	
	2002	2001	2002	2001	2002	2001
Umsatzerlöse	376.167	372.637	9.426	20.221	385.593	392.858
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 270.670	- 274.633	- 6.628	- 17.448	- 277.298	- 292.081
Bruttoergebnis vom Umsatz	105.497	98.004	2.798	2.773	108.295	100.777
Marketing- und Vertriebskosten	- 74.783	- 63.248	- 2.235	- 5.759	- 77.018	- 69.007
Allgemeine Verwaltungskosten	- 10.944	- 10.253	- 653	- 1.205	- 11.597	- 11.458
Sonstige betriebliche Erträge	8.268	13.159	366	276	8.634	13.435
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 7.656	- 11.768	- 276	- 2.119	- 7.932	- 13.887
Erträge aus Beteiligungen	171	182	0	0	171	182
EBIT	20.553	26.076	0	- 6.034	20.553	20.042
Zinsen und ähnliche Erträge	313	471	0	2	313	473
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 2.075	- 2.083	0	- 365	- 2.075	- 2.448
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	18.791	24.464	0	- 6.397	18.791	18.067
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 7.624	- 9.955	0	2.471	- 7.624	- 7.484
Jahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter	11.167	14.509	0	- 3.926	11.167	10.583
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 264	- 206	0	0	- 264	- 206
Konzernjahresüberschuss	10.903	14.303	0	- 3.926	10.903	10.377
Gewinnvortrag	17.690	16.327	0	0	17.690	16.327
Dividendenzahlung	- 6.085	- 6.014	0	0	- 6.085	- 6.014
Einstellung in Andere Gewinnrücklagen	- 5.000	- 3.000	0	0	- 5.000	- 3.000
Konzernbilanzgewinn	17.508	21.616	0	- 3.926	17.508	17.690

Das Segmentvermögen umfasst alle betrieblichen Vermögenswerte, die von einem Geschäftsbereich genutzt werden. Die Aufteilung zwischen Home Media Systems und Telekommunikation ergibt sich aus den jeweils den Geschäftsbereichen zurechenbaren Vermögenswerten und Schulden.

Wesentliche Vermögenswerte außerhalb der Bundesrepublik Deutschland bestehen bei der Loewe Opta Benelux N.V./S.A., Belgien, in Höhe von 13.105 Tsd. Euro brutto und 5.616 Tsd. Euro netto, bei der Loewe Opta, Inc., USA, in Höhe von 6.735 Tsd. Euro brutto und minus 1.513 Tsd. Euro netto und bei der Loewe France S.A. in Höhe von 4.638 Tsd. Euro brutto und 1.321 Tsd. Euro netto.

Das Segmentvermögen des fortzuführenden und des einzustellenden Geschäftsbereiches ist nachfolgend dargestellt:

Tsd. Euro	Home Media Systems	Tele- kommu- nikation	Total
Vermögenspositionen	211.788	52	211.840
Schuldpositionen	- 129.490	- 640	- 130.130
Segment-Nettovermögen	82.298	- 588	81.710

Das Segment-Nettovermögen hat sich in 2002 wie folgt entwickelt:

Nettovermögen zum 31. 12. 2001	79.150	- 3.140	76.010
Ausgleich Konzernverbindlichkeiten zwischen den Geschäftsbereichen	- 2.552	2.552	0
Zwischensumme	76.598	- 588	76.010
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	18.791	0	18.791
Ertragsteuern	- 7.624	0	- 7.624
Veränderung Anteile Dritter	128	0	128
Kapitalerhöhung	490	0	490
Dividende	- 6.085	0	- 6.085
Nettovermögen zum 31. 12. 2002	82.298	- 588	81.710

ORGANE DER KONZERNMUTTERGESELLSCHAFT LOEWE AG

AUFSICHTSRAT

In der Hauptversammlung vom 26. Juni 2001 wurden folgende Herren in den Aufsichtsrat gewählt:

- **GUIDO ALT**
Vorsitzender des Vorstands der Caatosee AG, Stuttgart
- **PROF. DR. ROLF-DIETER LEISTER**
Wirtschaftsberater, Luzern
- **DR. SOENKE MEHRGARDT**
Mitglied des Vorstands der Infineon Technologies AG, München
- **HELMUT RICKE**
Kaufmann, Krefeld
- **PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER**
Wirtschaftsprüfer, Hamburg
- **DR. MARK WÖSSNER**
Ehemaliger Vorstandsvorsitzender und
ehemaliger Vorsitzender des Aufsichtsrats der
Bertelsmann AG, München

In seiner konstituierenden Sitzung wählte der Aufsichtsrat Herrn Prof. Dr. Scheffler zum Vorsitzenden und Herrn Dr. Mark Wössner zum stellvertretenden Vorsitzenden sowie die Herren Prof. Dr. Scheffler, Dr. Wössner und Ricke zu Mitgliedern des Personalausschusses.

Im Hinblick auf die Corporate Governance Grundsätze wählte der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 10. September 2002 aus seiner Mitte einen Prüfungsausschuss. Ihm gehören die Herren Professor Dr. Scheffler, Dr. Mehrgardt und Ricke an.

VORSTAND

Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft sind die Herren:

- **DR. RAINER HECKER**
Dipl.-Wirtschaftsingenieur, Kronach
Vorsitzender des Vorstands
- **DR. BURKHARD BAMBERGER**
Dipl.-Kaufmann, Kronach
- **THOMAS BENDER, M.A.**
Volkswirt, Igensdorf
- **GERHARD SCHAAS**
Dipl.-Ingenieur FH, Rödental

Der Vorstand bildet auch die Geschäftsführung der Loewe Opta GmbH.

Die anderen Mandate der Mitglieder des Aufsichtsrats sind auf Seite 117 und 118, die Mandate der Mitglieder des Vorstands auf Seite 118 aufgeführt. Auf Seite 119 finden sich die Angaben über die von den Organen der Gesellschaft gehaltenen Aktien.

Die Bezüge des Vorstands der Gesellschaft sind dreigeteilt. Sie bestehen aus festen Bezügen (1.003 Tsd. Euro), aus einer jährlichen ergebnisbezogenen variablen Vergütung (457 Tsd. Euro) und einer langfristigen Bonifikation in Form von Aktienoptionen (118 Tsd. Euro). Im Geschäftsjahr 2002 betragen die Vergütungen insgesamt 1.578 Tsd. Euro (Vorjahr 1.577 Tsd. Euro). Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 87 Tsd. Euro (Vorjahr 87 Tsd. Euro).

Im Konzern sind im Geschäftsjahr Ruhegehälter an ein ehemaliges Vorstandsmitglied von 77 Tsd. Euro (Vorjahr 64 Tsd. Euro) gezahlt worden. Die hierfür gebildeten Rückstellungen betragen 1.310 Tsd. Euro (Vorjahr 1.335 Tsd. Euro).

Herr Professor Dr. Rolf-Dieter Leister erhielt in 2002 Vergütungen für Beratungsleistungen in Höhe von 64 Tsd. Euro.

Andere Mandate der Mitglieder des Aufsichtsrats der Loewe AG:

- **PROF. DR. EBERHARD SCHEFFLER**
Loewe Opta GmbH, Kronach
(Vorsitzender des Aufsichtsrats)
Europa Carton AG, Hamburg
(Mitglied des Aufsichtsrats)
Smurfit-Stone Verwaltungsgesellschaft mbH, Hamburg
(Mitglied des Aufsichtsrats)
- **DR. MARK WÖSSNER**
DaimlerChrysler AG
(Mitglied des Aufsichtsrats)
Dussmann AG & Co. KG aA, Berlin
(Mitglied des Aufsichtsrats)
eCircle AG, München
(Vorsitzender des Aufsichtsrats)
thorborgnet GmbH & Co. KG aA, Frankfurt
(Vorsitzender des Aufsichtsrats)

■ **GUIDO ALT**

M-W Zander Holding AG
 (Mitglied des Aufsichtsrats)
 PT Sigma Cipta Carake, Jakarta, Indonesien
 (Mitglied des Aufsichtsrats)

■ **PROF. DR. ROLF-DIETER LEISTER**

Loewe Opta GmbH, Kronach
 (Mitglied des Aufsichtsrats)
 Berlinwasser Holding AG, Berlin
 (Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 BÖWE Systec AG, Augsburg
 (Mitglied des Aufsichtsrats)
 Deutsche Beteiligungs AG, Frankfurt
 (Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 DaimlerChrysler Services AG, Berlin
 (Mitglied des Aufsichtsrats)
 Südwestdeutsche Medien Holding GmbH, Stuttgart
 (Mitglied des erweiterten Aufsichtsrats)
 ASCOM AG, Bern
 (Mitglied des Verwaltungsrats)

■ **DR. SOENKE MEHRGARDT**

Loewe Opta GmbH, Kronach
 (Mitglied des Aufsichtsrats)

■ **HELMUT RICKE**

Loewe Opta GmbH, Kronach
 (Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 IHH Industrie- und Handelsholding AG, Osnabrück
 (Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)

Mandate der Mitglieder des Vorstands der Loewe AG:■ **DR. RAINER HECKER**

Gesellschaft für Unterhaltungs- und
 Kommunikationselektronik (gfu) mbH, Frankfurt
 (Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 ihk.online&medien.gmbh, Bayreuth
 (Mitglied des Aufsichtsrats)

■ **GERHARD SCHAAS**

SZ Testsysteme AG, Amerang
 (Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)
 IGR Interessengemeinschaft für Rundfunkschutzrechte GmbH, Düsseldorf
 (Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats)

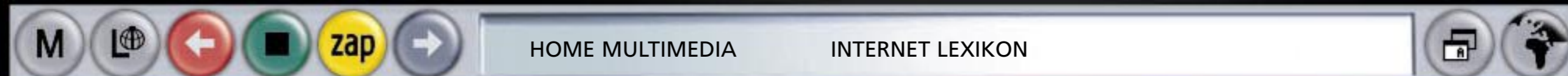
AKTIEN IN HÄNDEN DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS**AM 31. DEZEMBER 2002:**

Zum 31. Dezember 2002 waren 581.425 (Vorjahr 572.025) Aktien der Loewe AG in Händen
 des Vorstands. Der Aufsichtsrat hält 1.260 (Vorjahr 1.510) Aktien.

Kronach, den 28. Februar 2003

Der Vorstand

Dr. R. Hecker Dr. B. Bamberger T. Bender G. Schaas



FERNSEHZUKUNFT 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.

■ 100-HZ-TECHNIK

Fernsehbilder werden mit einer Bildwechselfrequenz von 50 Hz gesendet. Die digitale 100-Hz-Technik verdoppelt die Bilderfrequenz, so dass große Bildflächen flimmerfrei übertragen werden – beste Voraussetzung für ermüdungsfreien Sehgenuss. 100-Hz-Fernsehgeräte von Loewe verbinden digitale 100-Hz-Technik mit der 8-bit-Digital-Technik des Geräte-Chassis. Viele aufwändige analoge Schaltungsteile können entfallen. Ein Mikroprozessor überwacht die voreingestellten Normwerte und steuert möglicher Alterung entgegen. Das bedeutet: Die Bildqualität bleibt langfristig auf erstklassigem Niveau.

■ DIGITAL-TV-AUFRÜSTSATZ

Die Digital-TV-Aufrüstsätze 2 Sat-CI P oder Twin-Sat-CI P erschließen das gesamte Angebot der frei zugänglichen unverschlüsselten digitalen Satellitenprogramme (Digital Video Broadcasting – Satellite). Darüber hinaus ermöglichen sie über Common Interface und mit der jeweiligen freigeschalteten Smartcard den Empfang von verschlüsselten digitalen Programmangeboten inklusive Premiere. Alle Digital-TV-Aufrüstsätze ab MediaPlus-Chassis Q 2500 bieten zusätzlich – neben den regulären 200 Programmen – weitere 1.270 Programmplätze, so dass man mit ins-

gesamt 1.470 Speicherplätzen auch bei stark wachsenden Programmangeboten langfristig ausreichend versorgt ist.

■ DVB – DIGITAL VIDEO BROADCASTING

Als standardisierte Norm für digitales Fernsehen regelt DVB die Ausstrahlung und den Empfang von TV- und Radioinhalten in digitaler Form. Zum Empfang dieser Sendungen enthalten die Loewe Digital-TV-Aufrüstsätze nicht nur einen Sat- oder Twin-Sat-Empfänger mit einem analogen Tuner und einem zweiten digital-/analogen Kombi-Tuner, sondern auch eine MPEG-2-Decoderkarte. Diese wandelt die digitalen Daten wieder in Bilder und Töne höchster Qualität um.

■ HIGHSPEED-INTERNET

OnlinePlus ist für die rasante Entwicklung der Online-Netze bestens vorbereitet. Neben der integrierten ISDN-Karte und der Möglichkeit, ein externes analoges Modem über die serielle Schnittstelle anzuschließen, können über die integrierte LAN-Schnittstelle auch DSL-Modems oder Kabelmodems für die Nutzung von „Highspeed-Internet“ angeschlossen werden. Selbstverständlich kann TV-OnlinePlus auch über die LAN-Schnittstelle in ein vorhandenes kabelgebundenes Netzwerk eingebunden werden, um damit das Internet zu nutzen.

■ HOME CINEMA

Kinoatmosphäre zu Hause vermittelt die Kombination aus einem Fernsehgerät mit Großbildschirm im 16:9-Breitbildformat und Raumklang aus mehreren Lautsprechern. Maximale Bild- und Tonqualität wird bei der Wiedergabe von Filmen erreicht, die digital auf einer DVD gespeichert sind.

■ HOMESERVER

OnlinePlus kann mit einem Homeserver, z. B. von GIRA, über die LAN-Schnittstelle des Moduls verbunden werden. Der Homeserver dient zur Steuerung und Überwachung häuslicher Infrastruktur auf Basis des European Installation Bus (EIB). Über eine fernsehgerechte Benutzeroberfläche lassen sich somit über TV-OnlinePlus z. B. Jalousien, Licht, Heizung bis hin zu Sicherheitssystemen steuern. Für detaillierte Fragen zum Thema Homeserver oder auch EIB wenden Sie sich bitte an Ihren Elektroinstallateur oder direkt an die Firma GIRA.

■ LOEWE CHANNEL

Der Loewe Channel ist ein Internet-basierender Dienst für die Nutzer von TV-OnlinePlus und des MultiMedia-Kits. In fernsehgerechter Aufbereitung der Inhalte erhalten Sie über eine einfache und übersichtliche Navigationsleiste TV-Tipps, aktuelle Nachrichten und Nachrichten aus Wirtschaft, Unterhaltung und Sport, eine detaillierte Suchmaschine sowie den personalisierten My Channel. Den Loewe Channel können Sie über jeden herkömmlichen PC mit Internetanschluss nutzen: <http://channel.loewe.de>.

■ MEDIAPLUS-CHASSIS

Als Basis der hochwertigsten Loewe Fernsehgeräte stellt das MediaPlus-Chassis Leistungen wie Split Screen, PCS Plus und EPG (Electronic Program Guide) zur Verfügung. Darüber hinaus erlaubt MediaPlus den individuellen Ausbau des Fernsehgerätes durch Integration der Aufrüstsätze Digital-TV, DIS, Sat/Twin-Sat, OnlinePlus, VGA, Dolby Digital, Wireless Audio, Wireless Home Automation und des MultiMedia-Kits.

■ ONLINEPLUS-AUFRÜSTSATZ

Durch einen integrierten OnlinePlus-Aufrüstsatz werden Internetanwendungen wie Loewe Channel (das Tor zum WorldWideWeb), E-Mail und News Groups nutzbar.

■ WIRELESS HOME AUTOMATION

Ermöglicht die einfache Bedienung vieler funkbasierter Elektroinstallationen im Haus wie z. B. die Regelung von Beleuchtungssystemen, Markise und Jalousie über ein TV-Bildschirmmenü und/oder die Fernbedienung.

■ ZAP2WEB

Diese Funktion von OnlinePlus ermöglicht es Ihnen, Internetseiten auf Knopfdruck programmbegleitend abzurufen. In Zusammenarbeit mit dem ZDF werden Ihnen im laufenden Programm Internetadressen kostenlos übermittelt und im TV-Menü eingeblendet. Durch Drücken der Taste HMM auf der Fernbedienung stellt OnlinePlus automatisch eine Internetverbindung zu der übertragenen Internetadresse her. Das aktuelle TV-Programm können Sie selbstverständlich im PIP weiterverfolgen und sich dabei wichtige zusätzliche Informationen aus dem Internet holen.

LOEWE.

TERMINE

VERÖFFENTLICHUNG KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2002

Montag, 20. Januar 2003

VERÖFFENTLICHUNG DES JAHRESABSCHLUSSES 2002 DES LOEWE KONZERNS

Donnerstag, 24. April 2003, 10:00 Uhr in München

DVFA ANALYSTENKONFERENZ

Donnerstag, 24. April 2003, 16:00 Uhr in Frankfurt

VERÖFFENTLICHUNG QUARTALSBERICHT Q1 (01. 01. – 31. 03. 2003)

Mittwoch, 14. Mai 2003, 10:00 Uhr Telefonkonferenz

4. HAUPTVERSAMMLUNG DER LOEWE AG

Mittwoch, 25. Juni 2003, 11:00 Uhr in München, Forum Hotel

VERÖFFENTLICHUNG QUARTALSBERICHT Q2 (01. 01. – 30. 06. 2003)

Mittwoch, 13. August 2003, 10:00 Uhr Telefonkonferenz

INVESTORENTAG AUF DER IFA

Montag, 1. September 2003 in Berlin

VERÖFFENTLICHUNG QUARTALSBERICHT Q3 (01. 01. – 30. 09. 2003)

Mittwoch, 12. November 2003, 10:00 Uhr Telefonkonferenz

VERÖFFENTLICHUNG KENNZAHLEN GESCHÄFTSJAHR 2003

Montag, 26. Januar 2004, 10:00 Uhr Telefonkonferenz