

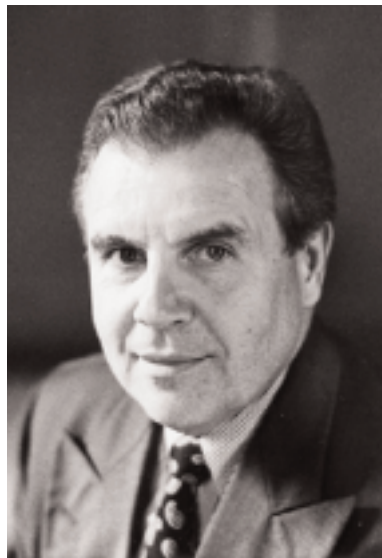
LOEWE.

Überproportionales Ergebniswachstum bei zweistelligem Umsatzzuwachs

- EBIT steigt um 19 % auf 20 Mio. DM
- Multimedia-Umsatz mehr als verzehnfacht
- Dynamisches Exportwachstum um 26 %
- Gesamtumsatz wächst um 11 % auf 306 Mio. DM
- Jahresplanung angehoben

Sehr geehrte Damen und Herren,

Loewe hat sich im ersten Halbjahr 2000 erfolgreich weiterentwickelt und alle gesetzten Ziele mit zweistelligen Wachstumsraten bei Ergebnis und Umsatz erreicht. Im viel versprechenden Markt Consumer Electronics hat sich Loewe mit High-End- und Multimedia-Produkten sehr gut positioniert. Insbesondere die Multimedia-Lösungen wiesen ein um Faktor 11 gestiegenes Geschäftsvolumen aus. Das Gesamtergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) wurde dabei überproportional auf 20 Mio. DM verbessert. Die insgesamt um 11 % auf 306,4 Mio. DM angestiegenen Umsatzerlöse führten im ersten Halbjahr zu einer knapp zwanzigprozentigen EBIT-Steigerung. Der Gewinn je Aktie kletterte um 80 % von 0,93 DM im Vorjahr auf 1,67 DM im ersten Halbjahr 2000.



Getragen wurde diese Entwicklung beim Ergebnis von der weiteren Fokussierung auf ertragsstärkere Produkte. Die EBIT-Marge stieg auf 6,5 %. Das Plus beim Umsatz basiert vor allem auf dem weiterhin starken Auslandsgeschäft. Der Auslandsanteil am Umsatz erhöhte sich dadurch auf 43 % (Vorjahr 38 %); er stieg um 26 % auf 132,2 Mio. DM.

Allein der Geschäftsbereich Telekommunikation liegt aufgrund von Lieferengpässen bei Bauelementen unter dem vergleichbaren Vorjahreswert. Die konzentrierte Belieferung des Marktes mit neuen Produkten im zweiten Halbjahr und die Höherpositionierung der Marke Loewe im Bereich Telekommunikation werden die Situation deutlich verbessern.

Das Presseecho auf die erste Hauptversammlung der Loewe AG am 29. Juni 2000 in München war äußerst positiv. Die Aktionärsvertreter fanden viel Lob für Loewe und zeigten sich von der Entwicklung der Aktie beeindruckt. Die Aktionäre verabschiedeten alle Tagesordnungspunkte mit überwältigender Mehrheit. Großen Anklang fanden auch unsere Produktpräsentationen – vom superflachen Plasma-TV bis zum Multimedia-Gerät mit integriertem Internetzugang.

Auf der Hauptversammlung wurde die mit dem Institut für Rundfunktechnik vereinbarte Kooperation auf dem Gebiet der offenen Standards für multimediale Anwendungen im Fernsehen bekannt gegeben. Parallel hierzu haben wir in Hannover ein hochschulnahes Kompetenzzentrum für Softwareentwicklung eingerichtet. Wir gehen davon aus, dass die Zusammenarbeit mit dem Institut für Rundfunktechnik – weiterer Partner ist unter anderem die Firma Sun Microsystems – und die verstärkte Softwarekompetenz die frühzeitige und abgesicherte Einführung neuer Multimedia-Produkte nachhaltig fördern.

Die Lieferung der für die deutlich höhere Produktion von Loewe Geräten notwendigen Bauelemente haben wir nunmehr für das gesamte Jahr 2000 vertraglich abgesichert. Es ist darüber hinaus gelungen, für die spürbar angestiegene Nachfrage nach Multimedia-Produkten – im ersten Halbjahr 2000 stieg der Umsatz in diesem Geschäftsbereich auf knapp 40 Mio. DM gegenüber 3 Mio. DM im Vorjahr – zusätzliche Bauelementelieferungen zu vereinbaren. Neben der Ende 1999 eingeführten Fernseherfamilie Aconda kann Loewe damit in diesen Monaten auch die Reihen Arcada, Planus, Xelos, Ergo, Credo und den Plasma-Fernseher Spheros mit der MediaPlus-Elektronik anbieten. Dadurch sind Multimedia-Applikationen wie Internet-TV und digitales Fernsehen in erstklassiger Qualität und leicht bedienbar in den unterschiedlichen Loewe Design-Linien erhältlich. Der Loewe Kunde kann darüber hinaus bereits heute individuelle Anwendungen wie digitalen Dolby-Rundum-Klang bei Loewe Fernsehern, DVD-Playern und weitere Systemkomponenten des Loewe Programms nutzen.

Der Start in das zweite Halbjahr ist uns bestens gelungen. Im Juli haben wir in Anwesenheit von Bayerns Wirtschaftsminister Dr. Otto Wiesheu eine neue Fertigungslinie für TV-Geräte in Betrieb genommen. Die 7-Millionen-Mark-Investition bringt nicht nur eine weitere Rationalisierung und Verbesserung unserer Kostenstruktur, sondern auch eine Erhöhung unserer Produktionskapazitäten. Im Juli wurden außerdem Sonderschichten gefahren, um Auftragsrückstände abzubauen.

Wir werden die Wachstumsdynamik des Konzerns weiter ausbauen. Ziele sind hier neben der weiteren Verbesserung des Produktmix die Stärkung der Marke Loewe, die konsequente weitere Internationalisierung und strategische Partnerschaften mit Marktführern in den Bereichen Consumer Electronics, Medienindustrie und Online-Services.

Auf unserer Hauptversammlung haben wir die Erwartung geäußert, die wichtigsten mittelfristigen Ziele im laufenden Geschäftsjahr übertreffen zu können. Unter dem Eindruck des überplanmäßigen Geschäftsverlaufs des ersten Halbjahres bekräftigen wir diese Aussage heute mit großer Zuversicht.

Kronach, im August 2000

Dr. Rainer Hecker

Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Vorstands

Im Überblick: der Loewe Konzern*

4

(in Mio. DM)	2. Quartal 2000	2. Quartal 1999	Ver- änderung	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 1999	Ver- änderung
Umsatzerlöse	141,8	117,6	+ 21 %	306,4	275,8	+ 11 %
Inland	78,6	72,8	+ 8 %	174,2	171,1	+ 2 %
Ausland	63,2	44,8	+ 41 %	132,2	104,7	+ 26 %
EBIT	10,0	7,7	+ 30 %	20,0	16,8	+ 19 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	10,0	6,2	+ 61 %	19,9	13,5	+ 47 %
EBIT-Marge	7,0 %	6,6 %	~	6,5 %	6,1 %	~
Konzernjahresüberschuss	5,9	- 1,6	~	11,8	2,2	+ 449 %
Gewinn pro Aktie in DM**	0,84	0,39	+ 115 %	1,67	0,93***	+ 80 %
Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	+ 9,8	+ 7,3	~	+ 50,7	+ 10,1	~
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.080	1.076	0 %	1.077	1.081	0 %

* Der Zwischenabschluss zum 30. Juni 2000 und der Jahresabschluss zum 31. Dezember 1999 entsprechen den IAS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

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

*** In 1999 nach Bereinigung um die außerordentlichen Aufwendungen einschließlich der darauf entfallenden Steuern vom Einkommen und Ertrag (vornehmlich Kosten des Börsengangs).

Umsatz wächst um 11 % auf 306 Mio. DM

Im 2. Quartal hat die Umsatzentwicklung deutlich an Dynamik gewonnen. Nach 4 % im 1. Quartal wuchs der Umsatz im 2. Quartal um 21 %. Aufgrund der mittlerweile verbesserten Liefersituation bei Bauelementen konnten die Auftragsrückstände des 1. Quartals in Höhe von 20 Mio. DM auf 10 Mio. DM zum Ende des 2. Quartals abgebaut werden. Die verbleibenden Engpässe in der Materialversorgung führten jedoch auch im 2. Quartal dazu, dass Umsatzpotenziale bei Fernsehgeräten und schnurlosen DECT-Telefonen nicht ausgeschöpft werden konnten. Im 1. Halbjahr 2000 ergibt sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ein Umsatzwachstum von 11 % auf 306,4 Mio. DM, welches vornehmlich im Geschäftsbereich Multimedia und im Export realisiert wurde.

5

Der Inlandsumsatz von 174,2 Mio. DM erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 2 %. Ohne den gezielten Abbau margenschwacher Umsätze des Geschäftsbereichs Telekommunikation hätte sich ein Mehrumsatz von 5 % ergeben.

Das Auslandsgeschäft stieg um 26 % auf 132,2 Mio. DM. Insbesondere die Länder Italien, Benelux, UK und Spanien trugen wesentlich zu diesem Erfolg bei. Der Auslandsanteil am Umsatz erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5 Prozentpunkte auf 43 %.

Überproportionales Ergebniswachstum

Erheblich stärker als der Umsatz wuchs das Ergebnis gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Trotz der Beeinträchtigung durch die Lieferengpässe und höherer Materialpreise konnte das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im 2. Quartal um 30 % gesteigert werden. Für das erste Halbjahr ergibt sich insgesamt eine Steigerung um 19 % auf 20,0 Mio. DM. Hierzu hat die Forcierung ertragsstarker Produkte einen wesentlichen Beitrag geleistet. Die EBIT-Marge stieg entsprechend um 0,4 Prozentpunkte auf 6,5 %.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit erhöhte sich im gleichen Zeitraum um 47 % auf 19,9 Mio. DM. Neben dem verbesserten EBIT wirkt sich insbesondere der Kapitalzufluss aus dem Börsengang im Nettozinsergebnis aus. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) von gleichfalls 19,9 Mio. DM vervielfachte sich gegenüber dem Vorjahr, das durch außerordentliche Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Börsengang belastet war. Die EBT-Marge von 6,5 % lag dadurch um 4,9 Prozentpunkte über dem Vorjahr.

Das Ergebnis pro Aktie von 1,67 DM im 1. Halbjahr 2000 ist gegenüber dem um die außerordentlichen Aufwendungen und die darauf entfallenden Steuern bereinigten Vorjahreswert um 80 % gestiegen.

Geschäftsverlauf im 1. Halbjahr 2000

6

1. Umsatzerlöse deutlich gesteigert

(in Mio. DM)	2. Quartal 2000	2. Quartal 1999	Ver- änderung	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 1999	Ver- änderung
Unterhaltungselektronik						
Fernsehen	96,0	87,0	+ 10 %	201,9	206,4	- 2 %
Videorecorder, DVD, Hi-Fi, Zubehör	20,6	19,7	+ 5 %	44,9	41,5	+ 8 %
UNTERHALTUNGSELEK- TRONIK, GESAMT	116,6	106,7	+ 9 %	246,8	247,9	+ 0 %
Multimedia	16,8	1,9	+ 784 %	39,9	3,2	+ 1.147 %
Telekommunikation	8,4	9,0	- 7 %	19,7	24,7	- 20 %
UMSATZERLÖSE, GESAMT	141,8	117,6	+ 21 %	306,4	275,8	+ 11 %

Geschäftsbereich Unterhaltungselektronik noch durch Lieferengpässe bei Fernsehgeräten gekennzeichnet

Produktbereich Fernsehen

Im 2. Quartal 2000 erhöhte sich der Umsatz des Produktbereichs Fernsehen um 10 % gegenüber dem Vorjahreswert. Trotz verbesserter Materialversorgung konnten die bestehenden Auftragsrückstände nur teilweise abgebaut werden.

Der Umsatz im 1. Halbjahr 2000 von 201,9 Mio. DM lag trotz der Lieferengpässe und geplanter Substitutionseffekte zugunsten des Geschäftsbereichs Multimedia lediglich um 2 % unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

7

Der europäische Fernsehgerätemarkt verzeichnete in den ersten Monaten des Jahres 2000 ein wertmäßiges Wachstum von 6 %¹, welches deutlich über dem Wachstum des Vorjahres lag. Dies resultierte im Wesentlichen aus der starken Nachfrage nach großformatigen Geräten in Großbritannien, Italien und Spanien. Allein die unbefriedigende Materialversorgung verhinderte einen weiteren Ausbau des Loewe Marktanteils über den Vorjahresvergleichswert von 6,3 %. Die notwendige Minimalversorgung der dynamisch wachsenden Auslandsnachfrage führte im Inland zu verschärften Lieferproblemen. Bei leichtem Marktwachstum in Deutschland resultierte hieraus ein Inlandsmarktanteil im 1. Halbjahr 2000 von 12,4 %², 0,8 % unter dem Niveau des Vergleichszeitraums des Vorjahres.

Produktbereich Videorecorder, DVD-Player, Hi-Fi, Zubehör

Der Umsatz mit Videorecordern, DVD-Playern, Hi-Fi-Anlagen sowie Zubehör erhöhte sich im 1. Halbjahr 2000 um 8 % auf 44,9 Mio. DM. Der Umsatzzuwachs ist vornehmlich durch die Einführung von DVD-Playern (Digital Versatile Disc) im europäischen Markt realisiert worden. Erwartungsgemäß ergaben sich dabei Substitutionseffekte zwischen DVD-Playern und Videorecordern. Der Umsatzanstieg bei Zubehör folgte der Umsatzentwicklung von Fernsehern und Multimedia-Geräten.

¹ Wertmäßiger Marktanteil im europäischen Facheinzelhandel von Februar bis Mai 2000 bzw. 1999 unter Einschluss von multimediafähigen Fernsehgeräten (Quelle: GFK).

² Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel von Februar bis Mai 2000 bzw. 1999 unter Einschluss von multimediafähigen Fernsehgeräten (Quelle: GFK).

Multimedia-Umsatz um ein Vielfaches gesteigert

Die mit dem Loewe MediaPlus-Chassis ausgestatteten Multimedia-Geräte setzen ihr dynamisches Wachstum fort. Der Umsatz im 1. Halbjahr 2000 konnte um 36,7 Mio. DM auf 39,9 Mio. DM gesteigert werden. Im 1. Halbjahr 2000 wurde damit mehr als das Zehnfache der Umsätze des Vergleichszeitraums 1999 erzielt. Die Ausstattung der bestehenden Produktpalette mit dem Loewe MediaPlus-Chassis sowie die Unterstützung durch zusätzliche Marketing- und Werbeaktionen haben hierzu einen wesentlichen Beitrag geleistet.

Geschäftsbereich Telekommunikation durch Lieferengpässe gekennzeichnet

Die Aufgabe margenschwacher Telekommunikationsprodukte und Lieferengpässe bei Bauelementen führten im 2. Quartal 2000 zu einem Umsatzrückgang von 7%. Im 1. Halbjahr 2000 lag der Umsatz von 19,7 Mio. DM insgesamt um 20% unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Trotz der Lieferengpässe konnten die Marktanteile von Telekommunikationsprodukten unter der Marke Loewe gesteigert werden. Bei schnurlosen DECT-Telefonen um 1,8 Prozentpunkte auf 7,4%³ und bei Anrufbeantwortern um 10,8 Prozentpunkte auf 42,8%³. Die neue Generation von High-End-DECT-Schnurlostelefonen unter der Produktfamilie AlphaTel 4000 und 5000 wird im 3. Quartal an den Handel ausgeliefert. Hierdurch wird die Höherpositionierung der Marke Loewe im Telekommunikationsbereich mit neuen attraktiven Produkten konsequent fortgesetzt.

³ Wertmäßiger Marktanteil im deutschen Facheinzelhandel von Februar bis Mai 2000 bzw. 1999 (Quelle: GfK).

2. Überproportionale Ergebnissteigerung

EBIT (in Mio. DM)	2. Quartal 2000	2. Quartal 1999	Veränderung	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 1999	Veränderung
Unterhaltungselektronik	10,4	8,6	+ 21 %	19,9	18,1	+ 10 %
Multimedia	0,4	-0,4	~	1,2	-0,5	~
Telekommunikation	-0,8	-0,5	-60 %	-1,1	-0,8	-38 %
EBIT, GESAMT	10,0	7,7	+ 30 %	20,0	16,8	+ 19 %

Das neunprozentige Umsatzwachstum des Geschäftsbereichs Unterhaltungselektronik im 2. Quartal war Grundlage für die EBIT-Steigerung um 21%. Auch im ersten Halbjahr wurde eine deutlich überproportionale Ergebnisverbesserung auf 19,9 Mio. DM erzielt. Der wachstumsbedingte Volumeneffekt und die Konzentration auf ertragsstarke Produkte konnten die Preiserhöhungen bei Einkaufsmaterialien deutlich überkompensieren.

Die Vervielfachung des Umsatzes im Geschäftsbereich Multimedia ermöglichte eine erhebliche Verbesserung des Bruttoergebnisses vom Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Trotz zusätzlicher Kosten für Werbemaßnahmen verbesserte sich das EBIT von -0,5 Mio. DM um 1,7 Mio. DM auf 1,2 Mio. DM. Das im August 1999 für das Berichtsjahr angekündigte ausgeglichene Ergebnis für den Geschäftsbereich Multimedia zeichnet sich somit bereits heute ab.

Im 1. Halbjahr 2000 beträgt das negative EBIT des Geschäftsbereichs Telekommunikation 1,1 Mio. DM nach 0,8 Mio. DM im Vergleichszeitraum. Bauteilebedingte Lieferengpässe bei schnurlosen Telefonen sowie der höhere Kurs des US-Dollars verhinderten bisher eine Ergebnisverbesserung.

Auf Ebene der Loewe Gruppe konnten die knappheitsbedingt steigenden Einkaufspreise für Produktionsmaterial und Handelswaren aller Geschäftsbereiche durch den besseren Produktmix und einzelne Preiserhöhungen auf der Verkaufseite überkompensiert werden. Hierdurch wurden die Herstellungskosten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 Prozentpunkte auf 72,8 % vom Umsatz reduziert.

Die Vertriebskosten erhöhten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 1,3 Prozentpunkte. Der Anstieg ist insbesondere auf höhere Werbeaktivitäten und die Verstärkung der Vertriebs- und Marketingorganisation im Geschäftsbereich Multimedia zurückzuführen.

Die Verwaltungskosten betragen 3,2 % vom Umsatz. Wir haben die Bereiche Business Development und Investor Relations personell verstärkt.

Der Ertragssaldo aus den Sonstigen betrieblichen Erträgen/Aufwendungen verbesserte sich um 0,3 Prozentpunkte auf 0,1 % vom Umsatz. Die Verbesserung um 1 Mio. DM ist im Wesentlichen darauf zurückzuführen, dass der Vergleichszeitraum des Vorjahres durch Abfindungskosten für Mitarbeiter belastet war.

Der Zinsaufwandssaldo von 0,1 Mio. DM lag aufgrund der höheren Eigenkapitalausstattung durch den Börsengang und die zwischenzeitlich erzielten Ergebnisse um 3,2 Mio. DM unter dem Vorjahr.

3. Hohe Investitionen durch neue Endeinbaulinie

(in Mio. DM)	2. Quartal 2000		1. Halbjahr 2000	
	Investitionen	Abschreibungen	Investitionen	Abschreibungen
Immaterielle Vermögensgegenstände				
Software und ähnliche Vermögensgegenstände	0,5	0,3	0,6	0,7
Entwicklungskosten	2,3	2,1	4,4	4,2
Sachanlagen	11,7	5,6	15,8	11,0
Finanzanlagen	0,3	0,0	0,3	0,0
INVESTITIONEN/ABSCHREIBUNGEN, GESAMT	14,8	8,0	21,1	15,9

Wie im letzten Jahr angekündigt, soll der Mittelzufluss aus dem Börsengang zum Teil zur Kapazitäts-erweiterung und Effizienzsteigerung im Fertigungsbereich eingesetzt werden. Die Investitionen im 2. Quartal 2000 spiegeln dies wider und lagen mit 14,8 Mio. DM erheblich über denen des 1. Quartals und deutlich über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Sie waren im Wesentlichen bestimmt für die weitgehende Fertigstellung der neuen Einbaulinie für Fernseh- und Multimedia-Geräte mit einem Gesamtvolumen von rund 7 Mio. DM, die Mitte Juli 2000 offiziell in Betrieb genommen wurde. Hierdurch konnte die Kapazität im Bereich des Endeinbaus von ca. 400.000 auf über 500.000 Geräte pro Jahr gesteigert werden. Das geplante Wachstum in diesem Bereich ist somit für die nächsten Jahre kapazitätsmäßig abgedeckt. Gleichzeitig wird die neue Endeinbaulinie zu einer deutlichen Effizienzverbesserung in der Fertigung beitragen.

Die Finanzanlagen betreffen Darlehen an Loewe Galerien und eine Beteiligung an der VCB Virtueller Campus Bayern GmbH, Hof/Bayern.

Die Abschreibungen erhöhten sich gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 1,1 Mio. DM auf 15,9 Mio. DM und liegen somit deutlich unter dem korrespondierenden Investitionsvolumen von 21,1 Mio. DM.

4. Niedriges Working Capital verbessert Bilanzstruktur

(in Mio. DM)	30. Juni 2000	31. Dezember 1999
Anlagevermögen	110,7	105,5
Working Capital	61,2	85,0
Eigenkapital	124,2	112,4
Anteile im Fremdbesitz	0,7	0,6
Netto-Schulden (inkl. Pensionsverpflichtungen)	47,0	77,5

Die Erhöhung des Anlagevermögens gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ist bedingt durch das hohe Investitionsvolumen, vor allem durch den Zugang der neuen Endeinbaulinie im 2. Quartal 2000.

Das Working Capital liegt um 23,8 Mio. DM unter dem Stand vom 31. Dezember 1999. Dies ist vor allem zurückzuführen auf den saisonbedingten Abbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (48,9 Mio. DM) bei gleichzeitigem Aufbau der Vorräte (7,1 Mio. DM) sowie Rückführung von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (6,2 Mio. DM) und Sonstige Rückstellungen (11,6 Mio. DM).

Das Eigenkapital erhöhte sich gegenüber dem Stand vom Jahresende 1999 durch den im ersten Halbjahr 2000 erzielten Gewinn um 11,8 Mio. DM. Damit ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 36 % (Vorjahr 32 %).

Der Rückgang der Netto-Schulden im 1. Halbjahr 2000 um 30,5 Mio. DM resultierte überwiegend aus dem saisonal bedingten Abbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

5. Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit weit über Vorjahresniveau

Cashflow (in Mio. DM) aus	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 1999
laufender Geschäftstätigkeit	50,7	10,1
Investitionstätigkeit	-21,1	-11,4
Finanzierungstätigkeit	-4,0	-2,0
VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELBESTANDS	25,6	-3,3

Das höhere Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit und die Verminderung des Nettoumlaufvermögens haben wesentlich zum Anstieg des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 40,6 Mio. DM auf 50,7 Mio. DM beigetragen. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres hatte sich das Nettoumlaufvermögen noch um 10,1 Mio. DM erhöht. Der Rückgang des Nettoumlaufvermögens im 1. Halbjahr 2000 hatte seine Ursache vornehmlich in der saisonal üblichen Reduzierung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 21,1 Mio. DM liegt um 9,7 Mio. DM über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres und spiegelt das entsprechend höhere Investitionsvolumen wider.

Unter Berücksichtigung des Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von -4,0 Mio. DM (Kredittilgung) ergibt sich eine positive Veränderung des Finanzmittelbestands um 25,6 Mio. DM gegenüber einer Reduzierung von 3,3 Mio. DM im Vergleichszeitraum des Vorjahres.

Entwicklungsaktivitäten mit Schwerpunkt Multimedia

14

Die Entwicklungsarbeiten im 1. Halbjahr 2000 konzentrierten sich auf die Fortentwicklung der 100-Hz-Technologie bei Fernsehgeräten, die Ausweitung der Multimedia-Produktpalette und die Entwicklung einer neuen Fernsehgerätegeneration für den amerikanischen Markt auf der Basis der HDTV-1080i-Technologie.

Die im Bereich der 100-Hz-Technologie für High-End-Produkte entwickelte Chassis-Generation erzielt deutliche Leistungssteigerungen, insbesondere auch bei der Darstellung von DVB-(Digital Video Broadcast) und DVD-(Digital Versatile Disc)Quellen. Auf der gleichen Chassis-Plattform baut das in High-End-Fernsehgeräten eingesetzte Chassis MediaPlus auf. Es kann auf Wunsch des Kunden nachträglich durch Online- und DVB-Module, deren Entwicklung im 2. Quartal 2000 abgeschlossen wurde, zu Multimedia-Systemen erweitert werden. Die MediaPlus-Technologie wird zurzeit auf das Plasma-TV-Gerät Spheros übertragen, dessen Serienanlauf für den Herbst 2000 geplant ist.

Im 2. Quartal 2000 glänzten Loewe Produkte wiederum mit hervorragenden Testergebnissen. Das Multimedia-Gerät Aconda gehörte zu den Erstplatzierten bei der Stiftung Warentest (Ausgabe 5/2000). Und die Zeitschrift Audio (Ausgabe 4/2000) beurteilte den Aconda als einen wahren „Master of the Universe“. Unter der Überschrift „TV from outer Space“ lobte die Zeitschrift T3 (Ausgabe 7/2000) den superflachen Plasma-TV „Spheros“. Diese Aussagen und Resultate unterstreichen die ausgezeichnete Performance und die technologische Führungsposition unserer Produkte.

Um offene Standards für multimediale Anwendungen im Fernsehen geht es bei unserer Partnerschaft mit dem Institut für Rundfunktechnik (IRT), München. Die so genannte Multimedia Home Plattform ermöglicht künftig dem Kunden, unabhängig von Gerätehersteller, Netzwerk- und Inhaltsanbieter über eine einheitliche Plattform auf digitale Dienste verschiedener Anbieter zuzugreifen. Wir gehen davon aus, dass diese Zusammenarbeit mit dem IRT – weiterer Partner ist u. a. Sun Microsystems – die frühzeitige Einführung neuer Multimedia-Produkte nachhaltig fördert.

Um unser Multimedia-Know-how weiter zu verstärken und auszubauen, gründen wir in Hannover ein Kompetenzzentrum Softwareentwicklung. Kern dieses Zentrums ist ein fünf Mitarbeiter starkes Team, das wir komplett von einer Softwarefirma übernommen haben und in den nächsten Monaten noch verstärken werden. Ein wesentlicher Punkt für die Standortwahl war die Nähe zu den technischen Hochschulen Hannover, Braunschweig und Hildesheim.

Marketing und Vertrieb forcieren Multimedia und die internationale Höherpositionierung der Marke

15

Das Ziel, alle High-End-Produkte auf das modulare MediaPlus-Chassis umzustellen, wurde im 2. Quartal weitestgehend abgeschlossen. Damit bietet Loewe als einziges Unternehmen eine breite Auswahl an multimedialfähigen TV-Geräten, die sowohl analogen wie digitalen TV-Empfang als auch den Zugang zum Internet ermöglichen. Parallel dazu wurde eine neue internationale Werbekampagne gestartet, bei der Prominente Loewe präsentieren und somit die einzigartige Positionierung eindrucksvoll unterstreichen.

Die auf der CeBIT im Februar 2000 vorgestellte neue Generation von schnurlosen DECT-Telefonen ist im Markt sehr gut aufgenommen worden. Mit dieser neuen Generation von Premiumgeräten, die im 3. Quartal an den Handel ausgeliefert wird, wird ein weiterer Schritt zur Höherpositionierung der Marke Loewe im Geschäftsbereich Telekommunikation realisiert.

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

Personal

Trotz einer Ausweitung des Geschäftsvolumens um 11 % konnte die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter im 1. Halbjahr gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 4 Personen auf 1.077 reduziert werden. Rationalisierungsergebnisse und Produktivitätssteigerungen in der Fertigung kompensierten die Verstärkungen in Entwicklung, Marketing sowie Business Development und Investor Relations.

Ausblick

Das erfolgreiche 1. Halbjahr hat unsere Zuversicht bestärkt, einen weiteren entscheidenden Schritt auf unserem Weg zum führenden internationalen Internet- und Multimedia-TV-Unternehmen gemacht zu haben. Auch für das 2. Halbjahr erwarten wir eine Fortsetzung des erfreulichen Wachstums von Umsatz und Ergebnis.

Die verbesserte Verfügbarkeit von Bauelementen, der damit verbundene Abbau von Auftragsrückständen und Lieferengpässen und die Dynamik der Auslandsmärkte lassen ein Umsatzwachstum von 12 % auf 680 Mio. DM erwarten. Es liegt deutlich über unserer mittelfristigen Zielsetzung, jährlich um durchschnittlich 8 % zu wachsen, die wir im Rahmen der Hauptversammlung kommuniziert haben. Stärker noch als den Umsatz werden wir das EBIT steigern. Das höhere Umsatzwachstum, besserer Produktmix und Rationalisierungserfolge werden gestiegene Materialeinkaufspreise und höhere Marketing- und Werbekosten mehr als ausgleichen. Auch hier werden wir unsere mittelfristige Zielsetzung, jährlich um durchschnittlich 15 % zu wachsen, übertreffen und erwarten für das Geschäftsjahr 2000 ein EBIT von rund 39 Mio. DM.

Aufgrund des höheren EBIT, geringerer Finanzierungskosten und einer niedrigeren Steuerquote werden wir unser mittelfristiges Ziel, das Ergebnis pro Aktie jährlich um 20 % zu steigern, in 2000 deutlich übertreffen. Wir erwarten für das Jahr 2000 ein Ergebnis pro Aktie von über 1,5 EUR und somit ein Wachstum von über 30 %.

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2000*

(in Mio. DM)	2. Quartal 2000		2. Quartal 1999		1. Halbjahr 2000		1. Halbjahr 1999	
Umsatzerlöse	141,8	100,0 %	117,6	100,0 %	306,4	100,0 %	275,8	100,0 %
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-100,1	-70,6 %	-86,3	-73,4 %	-223,2	-72,8 %	-204,9	-74,3 %
Bruttoergebnis vom Umsatz	41,7	29,4 %	31,3	26,6 %	83,2	27,2 %	70,9	25,7 %
Vertriebskosten	-27,4	-19,4 %	-20,1	-17,2 %	-54,0	-17,7 %	-45,3	-16,4 %
Allgemeine Verwaltungskosten	-4,8	-3,4 %	-3,6	-3,0 %	-9,8	-3,2 %	-8,3	-3,0 %
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	0,4	0,3 %	0,0	0,1 %	0,3	0,1 %	-0,7	-0,2 %
Erträge aus Beteiligungen	0,1	0,1 %	0,1	0,1 %	0,3	0,1 %	0,2	0,0 %
EBIT	10,0	7,0 %	7,7	6,6 %	20,0	6,5 %	16,8	6,1 %
Zinsergebnis	0,0	0,0 %	-1,5	-1,4 %	-0,1	0,0 %	-3,3	-1,2 %
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	10,0	7,0 %	6,2	5,2 %	19,9	6,5 %	13,5	4,9 %
Außerordentliche Aufwendungen	0,0	0,0 %	-9,2	-7,8 %	0,0	0,0 %	-9,2	-3,3 %
Ergebnis vor Steuern (EBT)	10,0	7,0 %	-3,0	-2,6 %	19,9	6,5 %	4,3	1,6 %
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-4,1	-2,8 %	1,3	1,1 %	-8,0	-2,6 %	-2,3	-0,9 %
Jahresüberschuss vor Ergebnisanteilen Dritter	5,9	4,2 %	-1,7	-1,5 %	11,9	3,9 %	2,0	0,7 %
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	0,0	0,0 %	0,1	0,1 %	-0,1	0,0 %	0,2	0,1 %
KONZERNJAHRESÜBERSCHUSS	5,9	4,2 %	-1,6	-1,4 %	11,8	3,9 %	2,2	0,8 %

*nach IAS

Bilanz zum 30. Juni 2000*

AKTIVA (in Mio. DM)	30. Juni 2000	31. Dezember 1999
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	16,5	16,2
Sachanlagen	93,6	88,9
Finanzanlagen	0,6	0,4
	110,7	105,5
Umlaufvermögen		
Vorräte	70,3	63,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	96,9	145,8
Andere kurzfristige Forderungen	14,7	11,6
Latente Steuerforderungen	6,1	3,5
Liquide Mittel	43,5	17,8
	231,5	241,9
SUMME AKTIVA	342,2	347,4

PASSIVA (in Mio. DM)	30. Juni 2000	31. Dezember 1999
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	13,8	13,8
Kapitalrücklage	85,3	85,3
Gewinnvortrag	13,3	2,9
Jahresüberschuss	11,8	10,4
	124,2	112,4
Anteile in Fremdbesitz	0,7	0,6
Rückstellungen		
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	51,4	50,5
Steuerrückstellungen	16,9	11,8
Sonstige Rückstellungen	62,3	73,9
	130,6	136,2
Verbindlichkeiten		
Langfristige Schulden	12,2	13,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	42,4	48,6
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	32,1	36,4
	86,7	98,2
SUMME PASSIVA	342,2	347,4

Kapitalflussrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 30. Juni 2000*

(in Mio. DM)	1. Halbjahr 2000	1. Halbjahr 1999
Laufende Geschäftstätigkeit		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	19,9	13,5
Abschreibungen auf Anlagevermögen	15,9	14,8
Buchgewinne aus Anlagenverkäufen	0,0	-0,1
Zunahme der Pensionsrückstellungen	0,9	0,1
Außerordentliche Aufwendungen	0,0	-9,2
Ertragsteuerzahlungen	-9,9	-1,6
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	26,8	17,5
Zunahme der Vorräte	-7,1	-4,3
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	50,3	13,2
Abnahme der sonstigen Rückstellungen	-11,6	-6,8
Abnahme/Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	-7,7	-9,5
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	50,7	10,1
Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-21,1	-11,5
Erlöse aus dem Abgang von Sachanlagen	0,0	0,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-21,1	-11,4
Finanzierungstätigkeit		
Abnahme des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	0,0	-2,1
Kapitalerhöhungen	0,0	1,8
Tilgung von Krediten	-4,0	-1,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-4,0	-2,0
ZAHLUNGSWIRKSAME VERÄNDERUNG DES FINANZMITTELBESTANDS	25,6	-3,3

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands (in Mio. DM)	30. Juni 2000	31. Dezember 1999	Veränderung
Liquide Mittel	43,5	17,8	25,7
Kurzfristige Bankschulden	-0,1	0,0	-0,1
Finanzmittelbestand	43,4	17,8	25,6

Loewe AG

Industriestraße 11 D-96317 Kronach
Postfach 15 54 D-96305 Kronach

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

Börsenkürzel: LOE
Wertpapier-Kenn-Nr.: 649 410
ISIN-Code: DE 0006494107

Börsenhandel mit amtlicher Notierung unter
gleichzeitiger Teilnahme im SMAX

Indizes:

- SDAX
- SMAX
- CDAX Gesamt
- CDAX Technology