



## KONZERNBERICHT 1. QUARTAL DES GESCHÄFTSJAHRES 2003

- UMSATZ DEUTLICH UNTER VORJAHR BEI STARK RÜCKLÄUFIGEM GESAMTMARKT
- QUARTALSVERLUST AUFGRUND DER NEUORDNUNG DES ITALIEN-GESCHÄFTES
- PRODUKTSORTIMENT BEI REAL-FLAT-GERÄTEN ERWEITERT UND ERFOLGREICH IM MARKT EINGEFÜHRT

**LOEWE.**



## *Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre*

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik ist in den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres aufgrund der anhaltenden Zurückhaltung der Konsumenten rückläufig gewesen. Im wichtigen Markt Deutschland ergaben sich sogar zweistellige Rückgänge im Vergleich zum Vorjahr. Vor diesem Hintergrund hat sich auch das Loewe Geschäft in der Zeit vom Januar bis März 2003 nicht zufriedenstellend entwickelt.

Der deutliche Umsatzrückgang auf 72 Mio. Euro ist zum Teil auf den Sondereffekt der Umstrukturierung des Vertriebs in Italien zurückzuführen. Loewe verzeichnet aber auch einen leichten Marktanteilsverlust in Europa. Hauptursache ist das im 1. Quartal 2003 noch nicht komplette Loewe Produkt Programm bei den volumenstarken Real-Flat-Fernsehgeräten im so genannten mittleren Preissegment. Die zusätzlich in den Markt eingeführten TV-Geräte der Familie Aventos sowie die der Fernseh-Geräte-Familie Mimo haben diese vorübergehende Lücke weiter geschlossen.

Auf der Ergebnisseite war die Gründung einer eigenen Loewe Marketing- und Vertriebsgesellschaft in Italien, verbunden mit den Kosten für die einvernehmliche Beendigung des bestehenden Distributionsvertrages, für einen einmaligen negativen Effekt von 4,5 Mio. Euro verantwortlich. Insgesamt erreichte der Loewe Konzern daher ein negatives EBIT von 4,7 Mio. Euro.

Auch das zweite Quartal 2003 wird bei Umsatz und Ergebnis deutlich unter den hohen Vorjahreswerten liegen. Dies stimmt jedoch mit dem erwarteten saisonalen Verlauf des Geschäfts in der Consumer Electronics Industrie im Jahr 2003 überein. Während das 1. Halbjahr 2002 noch geprägt war von einer guten Nachfrage, begünstigt auch durch sportliche Großereignisse wie olympische Winterspiele und Fußball WM, fehlen diese im 1. Halbjahr 2003 völlig. Des Weiteren führt die alle zwei Jahre stattfindende Internationale Funkausstellung Ende August diesen Jahres dazu, dass die europäischen Konsumenten größere Anschaffungen zurückstellen, um die Vorstellung neuer Produkte abzuwarten. Von daher geht die Branche davon aus, dass, zusammen mit einer prognostizierten leichten Konjunkturbelebung, erst im 2. Halbjahr 2003 Impulse für das Geschäft zu erwarten sind.

Loewe hat sich darauf eingestellt und wird zur IFA eine große Anzahl von neuen Produkt-Angeboten und Systemlösungen präsentieren. Die gute Nachfrage nach der am 28. März 2003 erstmals vorgestellten neuen TV-Produktfamilie Mimo und der anhaltende Erfolg des Aventos, als Einstiegsprodukt für Real-Flat-100-Hz, belegen, dass Loewe mit seinen neuen Produkten auf eine gute Resonanz bei Handel und Konsumenten trifft. Im Gesamtmarkt Fernsehen liegt Loewe in Deutschland in der aktuellen Berichtsperiode auf dem 2. Platz.

Zukünftig werden LCD-Fernsehgeräte, neben den traditionellen Bildröhrengeräten, immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die dafür richtungsweisende Kooperation mit dem japanischen Weltmarktführer für LCD-TV-Geräte Sharp soll Loewe in die Lage versetzen, zukünftig LCD-Fernseher im Premium Segment auch mit größeren Bildschirmdiagonalen anzubieten. Loewe erweitert hiermit die bereits im Jahr 2000 begonnene Zusammenarbeit mit Sharp und wird Entwicklungs Know how sowie die anerkannte Kompetenz bei der digitalen Signalverarbeitung einbringen.

Insgesamt stellt das Geschäftsjahr 2003 die gesamte Branche und Loewe vor große Herausforderungen. Neben allen Anstrengungen – zu denen auch ein umfangreiches Kostensenkungsprogramm gehört – konzentrieren wir uns auf unsere umfassende Produkt- und Marketingoffensive, um einen Umsatz auf Vorjahresniveau und ein Konzern-EBIT über 10 Mio. Euro zu erreichen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Rainer Hecker  
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

**IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\***

in Mio. Euro	1. Quartal 2003	1. Quartal 2002	Verände- rung in %
<b>Umsatz</b>	<b>72,0</b>	<b>96,0</b>	<b>- 25</b>
Inland	37,1	44,6	- 17
Ausland	34,9	51,4	- 32
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b>- 4,7</b>	<b>7,5</b>	
<b>Fehlbetrag des 1. Quartals nach Anteilen Dritter</b>	<b>- 3,5</b>	<b>4,2</b>	
<b>Ergebnis je Aktie in Euro **</b>	<b>- 0,49</b>	<b>0,59</b>	
<b>Weitere Kennzahlen</b>			
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	15,5	19,1	- 19
Investitionen	4,3	4,0	8
Abschreibungen	4,8	4,6	4
Entwicklungskosten	3,6	3,1	16
<b>Mitarbeiter</b>	<b>1.257</b>	<b>1.218</b>	<b>3</b>

\* nur Geschäftsbereich Home Media Systems. Der Geschäftsbereich Telekommunikation wurde Ende 2002 eingestellt.

Die Konzern-Zwischenabschlüsse und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2002 entsprechen den IAS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

\*\* Das Ergebnis bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 7.176.600 Stück (Vorjahr: 7.149.400 Aktien).

### **UMSATZ SINKT UM 25% AUF 72 MIO. EURO**

Im Geschäftsbereich Home Media Systems ist der Umsatz sowohl in Deutschland als auch in allen wesentlichen Exportländern im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesunken. Dies ist im Wesentlichen auf den starken Rückgang des Marktvolumens bei Fernsehgeräten im oberen Preissegment zurückzuführen. Ausgewirkt hat sich ferner, dass das Loewe Produktsortiment im mittleren Preissegment bei Real-Flat-Bildröhrengeräten erst mit der sukzessiven Einführung neuer Produkte in 2003 komplettiert sein wird. In Italien hat die Neuordnung der Vertriebsaktivitäten zu dem Umsatzrückgang beigetragen.

### **VERLUST IM ERSTEN QUARTAL 2003**

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) beträgt –4,7 Mio. Euro gegenüber einem Gewinn in Höhe von 7,5 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Der Ergebnisrückgang ist hauptsächlich auf das niedrigere Geschäftsvolumen, den schlechteren Produktmix und einen Einmaleffekt aus der Neuordnung des Italien-Geschäftes in Höhe von – 4,5 Mio. Euro zurückzuführen.

Als Folge des negativen EBIT beläuft sich der Fehlbetrag nach Anteilen Dritter im ersten Quartal auf 3,5 Mio. Euro gegenüber einem Gewinn von 4,2 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Das Ergebnis je Aktie beträgt –0,49 Euro. Unter Berücksichtigung der bis 2005 noch ausübaren 398.400 Optionen ergibt sich ein verwässertes Ergebnis von –0,46 Euro je Aktie.

### **POSITIVER FREIER CASHFLOW TROTZ HÖHERER MITTELBINDUNG**

Wie im ersten Quartal des Vorjahres wurde ein positiver freier Cashflow erwirtschaftet, da sich insbesondere die Forderungen aus Warenlieferungen in starkem Umfang reduzierten. Insgesamt ist jedoch die Mittelbindung im Working Capital, vor allem bei den Fertigen Erzeugnissen, wegen der nicht erreichten Absatzziele höher.

### **RÜCKGANG DER MITARBEITERANZAHL SEIT JAHRESANFANG**

Der Anstieg der Mitarbeiterzahlen im Vorjahresvergleich resultiert im Wesentlichen aus der Einbeziehung der neuen Vertriebsgesellschaften in USA und Frankreich. Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2002 ist die Mitarbeiterzahl leicht gesunken. Die notwendige Anpassung an das erheblich geringere Produktionsvolumen im ersten Quartal 2003 konnte durch eine Kürzung der individuellen Arbeitszeiten erreicht werden, die einem Äquivalent von 15 Beschäftigten entspricht.

### **DEUTLICH VERSCHLECHTERTES MARKTUMFELD**

Die Nachfrage für Fernsehgeräte in Europa ist in den letzten Monaten deutlich zurückgegangen. Schlechte gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen und eine geringere Konsumneigung haben sich hierbei ausgewirkt. Insbesondere das hochpreisige Premiumsegment ist hiervon betroffen. Die aktuellen Marktzahlen für Europa weisen für Dezember 2002 und Januar 2003 einen wertmäßigen Marktrückgang von 5 %<sup>1</sup> aus, bei einem um 3,4 % höheren Absatzvolumen. Seit Ende 2002 ist ein ausgeprägter Rückgang der Durchschnittspreise zu beobachten, der sich vor allem bei den Absatzmengen im oberen Preissegment niedergeschlagen hat. Der Marktanteil von Loewe hat sich in der Periode Dezember 2002 bis Januar 2003 um 0,6 % auf 5,9 %<sup>2</sup> gegenüber dem Vorjahreszeitraum ermäßigt.

Der inländische Markt für Fernsehgeräte ist in der Periode Dezember 2002 bis März 2003 im Vergleich zum Vorjahr wertmäßig um 12,6 %<sup>3</sup> zurückgegangen, bei einem Absatzrückgang von 5,0 %. Loewe Produkte waren von diesem wertmäßigen Rückgang weniger stark betroffen. Der wertmäßige Marktanteil von Loewe konnte um 0,4 Prozentpunkte auf 15 %<sup>4</sup> gesteigert werden.

<sup>1</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Markt CRT Fernsehgeräte in Europa im Zeitraum Dezember/Januar 2003

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

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

<sup>4</sup> Quelle: GfK, wertmäßiger Marktanteil Deutschland im Fachhandel im Zeitraum Dezember/März 2003

**UMSATZRÜCKGÄNGE IN ALLEN PRODUKTBEREICHEN**

in Mio. Euro	1. Quartal 2003	1. Quartal 2002	Verände- rung in %
Fernseh- und Multimediageräte	61,5	80,2	- 23
DVD-Player	0,9	2,0	- 55
Videorecorder	0,9	2,2	- 59
Hi-Fi	0,9	1,7	- 47
Zubehör und sonstige Erlöse	7,8	9,9	- 21
<b>Gesamt</b>	<b><u>72,0</u></b>	<b><u>96,0</u></b>	<b><u>- 25</u></b>

**FERNSEH- UND MULTIMEDIAGERÄTE**

Der Umsatzrückgang um 23 % konzentrierte sich auf die teilweise in 2003 auslaufenden Fernsehgeräte mit Super-Flat-Röhren und die geringe Nachfrage nach hochwertigen Produkten im Preissegment über 2.000 Euro. Der starke Rückgang in diesem Segment ist auch auf den außergewöhnlich hohen Vorjahreswert zurückzuführen, der von der Markteinführung des Aconda 102 und des Articos im Premiumpreise-segment geprägt war.

Im Einstiegspreissegment für Loewe TV-Geräte ab 1.200 Euro<sup>5</sup> wurden im ersten Quartal 2003 weitere Real-Flat-Geräte der Aventos Produktfamilie eingeführt. Die preislich attraktiv positionierten Geräte werden vom Markt sehr gut angenommen. Die gleichzeitig geringeren Verkäufe hochpreisiger Geräte führen allerdings zu einem schlechteren Produktmix.

Ende März erfolgten die ersten Auslieferungen der Gerätefamilie Mimo an den Fachhandel. Neben dem 81 cm Real-Flat-Gerät im mittleren Preissegment um 2.000 Euro werden in den nächsten Monaten weitere Modelle mit kleineren Bildformaten und preisattraktiven Home-Cinema-Lösungen eingeführt werden.

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

Die Umsätze mit Videorecordern waren aufgrund der erwarteten Substitutionseffekte durch DVD-Player rückläufig. Auch die Umsätze mit DVD-Playern lagen unter dem Vorjahr, da Loewe einem um fast 30%igen Rückgang der Durchschnittserlöse am Markt unter Ertragsgesichtspunkten nicht gefolgt ist. Der erhebliche Umsatzrückgang im ersten Quartal bei Hi-Fi ist auf die geringe Nachfrage nach hochwertigen Hi-Fi- und Lautsprecher-Systemen und den hohen Vorjahreswert aufgrund der Markteinführung des Soundsystems Concertos zurückzuführen. Das Marktvolumen in diesen Segmenten ist in 2002 zwischen 15 und 30 % zurückgegangen. Der Zubehörumsatz verminderte sich analog zu den übrigen Produktgruppen.

**ÜBERDURCHSCHNITTLICHER UMSATZRÜCKGANG IM AUSLAND**

In Europa setzte sich die Substitution der Super-Flat-Geräte durch preisgünstige Real-Flat-Geräte im ersten Quartal 2003 weiter fort. Da Loewe sein Sortiment noch nicht voll umstellen konnte, blieben die Verkäufe in allen wesentlichen Märkten deutlich unter dem Vorjahreswert, zumal Real-Flat-Geräte außerhalb Deutschlands sehr viel stärker nachgefragt werden.

Der Umsatzrückgang in Italien resultiert im Wesentlichen aus der Neuordnung des Italien Geschäftes. Der Exklusiv-Vertrag mit dem bisherigen Distributor konnte einvernehmlich vorzeitig beendet werden, so dass ab 1. April 2003 Marketing und Vertrieb von einer eigenen Tochtergesellschaft wahrgenommen werden. Wegen der für April geplanten Übernahme des Lagers des bisherigen Distributors durch Loewe betrogen die Lieferungen nach Italien im ersten Quartal 2003 nur knapp die Hälfte des Vorjahresquartals.

<sup>5</sup> Real-Flat-Röhrengeräte über 70 cm Bilddiagonale

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



In den USA war der Umsatz des Vorjahresquartals durch die Erstbestückung der Händler mit Loewe Produkten begünstigt. Erst mit der im dritten Quartal 2003 geplanten Einführung neuer Home-Cinema-Lösungen mit hochauflösenden Plasma Geräten werden im USA Geschäft positive Impulse erwartet.

Im Geschäft mit der Russischen Föderation wirkten sich temporäre Restriktionen bei der Einfuhr der Geräte aus.

Insgesamt ging der Auslandsanteil am Gesamtumsatz gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5 Prozentpunkte auf 49 % zurück.

## **NEGATIVES EBIT VON 4,7 MIO. EURO IM ERSTEN QUARTAL**

Nach einem EBIT von 7,5 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres ergab sich im ersten Quartal 2003 ein negatives EBIT von 4,7 Mio. Euro. Der Ergebnisrückgang ist hauptsächlich auf das niedrigere Geschäftsvolumen, einen schlechteren Produktmix und den Einmaleffekt aus der Neuordnung des Italien Geschäftes zurückzuführen. Die durch die administrative Neuordnung ausgelöste Kompensationszahlung an den bisherigen Distributor, die erwartete Ergebnisauswirkung der Lagerübernahme im April 2003 und die Kostenunterdeckungen aufgrund des deutlichen Rückgangs des Italien Geschäftes haben das Ergebnis im ersten Quartal mit jeweils rund 1,5 Mio. Euro, also insgesamt mit 4,5 Mio. Euro belastet.

	<b>1. Quartal 2003</b>	<b>1. Quartal 2002</b>
EBIT in Mio. Euro	- 4,7	7,5
EBIT in % vom Umsatz	- 6,6	7,8

Der Rückgang des Bruttoergebnisses gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um 5,8 Prozentpunkte auf 22,3 % spiegelt den ungünstigeren Produktmix und die aufgrund des Volumentrückgangs nicht gedeckten Fixkosten der Bereiche Produktion, Entwicklung und Qualität wider. Darüber hinaus enthält das Bruttoergebnis die Ergebnisbelastung in Höhe von rund 1,5 Mio. Euro aus der im April geplanten Rücknahme des Lagerbestandes vom italienischen Distributor.

Die Marketing- und Vertriebskosten liegen leicht über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Den Einsparungen der weitgehend volumenabhängigen Fracht- und sonstigen Vertriebseinzelkosten in Höhe von 0,3 Mio. Euro und den um 1 Mio. Euro geringeren Werbekosten stehen höhere Kosten der Vertriebs- und Marketingorganisation von 1,1 Mio. Euro und höhere Garantiekosten von 0,3 Mio. Euro gegenüber.

Die Allgemeinen Verwaltungskosten liegen leicht unter dem Vorjahreswert. Durch den geringeren Umsatz erhöhten sie sich um 0,8 Prozentpunkte auf 3,6 % vom Umsatz.

Der Saldo aus den Sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen betrifft fast ausschließlich Aufwendungen für zu leistende Kompensationszahlungen an den bisherigen Distributor in Italien in Höhe von rund 1,5 Mio. Euro.

Für das Geschäftsjahr 2003 wurde ein Kosteneinsparungsprogramm von 4 Mio. Euro definiert. Im ersten Quartal 2003 wurden rd. 1 Mio. Euro aus diesem Programm eingespart, die in den Herstellungs-, Marketing-/Vertriebs- und Allgemeinen Verwaltungskosten enthalten sind.

Aufgrund der höheren Mittelbindung im Working Capital lag der Zinsaufwandsaldo über Vorjahr und belief sich auf 0,5 % vom Umsatz.

## INVESTITIONEN LEICHT ÜBER VORJAHR

in Mio. Euro	Investitionen		AfA	
	1. Quartal 2003	1. Quartal 2002	1. Quartal 2003	1. Quartal 2002
Immaterielle Vermögensgegenstände	1,3	1,4	1,4	1,4
Sachanlagen	3,0	2,6	3,4	3,2
<b>Gesamt</b>	<b><u>4,3</u></b>	<b><u>4,0</u></b>	<b><u>4,8</u></b>	<b><u>4,6</u></b>

Die Investitionen des ersten Quartals 2003 von 4,3 Mio. Euro lagen leicht über den Investitionen des Vorjahresquartals. Sie betreffen im Wesentlichen Werkzeuge für neue Produkte (2,0 Mio. Euro) und die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (1,2 Mio. Euro).

Die Abschreibungen des ersten Quartals 2003 lagen mit 4,8 Mio. Euro ebenfalls leicht über dem Niveau des Vorjahres.

## SAISONAL BEDINGTE REDUKTION DER NETTOSCHULDEN

in Mio. Euro	31. März 2003	31. Dez. 2002	31. März 2002
Anlagevermögen	67,0	67,4	61,8
Working Capital	40,8	59,5	37,0
Vermögen/Schulden des eingestellten Geschäftsbereiches	0,0	- 0,6	5,4
Eigenkapital	77,0	80,5	79,4
Anteile im Fremdbesitz	1,2	1,2	0,8
<b>Netto-Finanzschulden</b>	<b><u>29,6</u></b>	<b><u>44,6</u></b>	<b><u>24,0</u></b>

Die Bilanzstruktur zum 31. März 2003 ist im Vergleich zum 31. Dezember 2002 besonders durch den saisonal üblichen Abbau der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und dem damit geringeren Working Capital Bedarf gekennzeichnet. Die Netto-Finanzschulden konnten gegenüber dem 31. Dezember 2002 erheblich reduziert werden.

in Mio. Euro	31. März 2003	31. Dez. 2002	31. März 2002
<b>Vorräte</b>	<b>57,3</b>	<b>54,6</b>	<b>50,2</b>
davon: RHB	15,1	15,5	14,2
davon: Fertige Erzeugnisse	42,2	39,1	36,0
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	60,2	84,4	70,6
Sonstige Rückstellungen	- 44,3	- 47,7	- 46,9
Lieferungsverbindlich- keiten, andere Passiva	- 32,4	- 31,8	- 36,9
<b>Working Capital</b>	<b><u>40,8</u></b>	<b><u>59,5</u></b>	<b><u>37,0</u></b>

Innerhalb des Working Capital sind die Vorräte gegenüber dem Stand zum Vorjahresende um 2,7 Mio. Euro erhöht, da die Produktion nicht in vollem Umfang an den geringeren Absatz angepasst werden konnte. Der Anstieg betrifft ausschließlich die fertigen Erzeugnisse und hier hauptsächlich TV- und Hi-Fi-Geräte.

Die Lieferungsforderungen und anderen Aktiva sind entsprechend dem saisonalen Umsatzverlauf und aufgrund der deutlich geringeren Umsätze im ersten Quartal 2003 um 24,2 Mio. Euro gegenüber dem Stand vom 31. Dezember 2002 gesunken. Der Rückgang gegenüber dem 31. März 2002 spiegelt den niedrigeren Umsatz im ersten Quartal 2003 wider.

Die seit dem 31. Dezember 2002 und auch gegenüber dem 31. März 2002 gesunkenen Sonstigen Rückstellungen sind vor allem auf die saisonübliche Vergütung der Jahresbonifikationen an die Händler und das geringere Umsatzniveau im ersten Quartal 2003 zurückzuführen.

## EIGENKAPITAL

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Andere Gewinnrücklagen	Ergebnisvortrag	Eigenkapital
Stand am 31. 12. 2002	7,2	45,3	10,5	17,5	80,5
Jahresfehlbetrag des 1. Quartals				- 3,5	- 3,5
<b>Stand am 31. 03. 2003</b>	<b><u>7,2</u></b>	<b><u>45,3</u></b>	<b><u>10,5</u></b>	<b><u>14,0</u></b>	<b><u>77,0</u></b>

Der Rückgang des Eigenkapitals um 3,5 Mio. Euro auf 77,0 Mio. Euro (vor Ausschüttung der Dividende für das Geschäftsjahr 2002) ist durch den Verlust im ersten Quartal 2003 verursacht.



**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.

## POSITIVER FREIER CASHFLOW TROTZ QUARTALSVERLUST

in Mio. Euro	1. Quartal 2003	1. Quartal 2002
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	15,5	19,1
Investitionstätigkeit	– 4,3	– 4,0
<b>Freier Cashflow Home Media Systems</b>	<b>11,2</b>	<b>15,1</b>
Freier Cashflow Telekommunikation	0,0	– 0,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0,8	1,0
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>12,0</u></b>	<b><u>15,7</u></b>

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von 15,5 Mio. Euro lag um 3,6 Mio. Euro unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres und ist hauptsächlich auf den Fehlbetrag im ersten Quartal 2003 zurückzuführen.

Der Zahlungsmittelabfluss aus Investitionstätigkeit von 4,3 Mio. Euro lag um 0,3 Mio. Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auf Jahresbasis werden die Investitionen unter dem Vorjahresniveau liegen.

## ENTWICKLUNG

Im ersten Quartal 2003 konzentrierten sich die Aktivitäten in der Entwicklung und Produktion auf die Erweiterung des Produktportfolios von Fernsehgeräten mit Bildröhren in Real-Flat-Technologie. So wurde die Aventos Familie um ein weiteres Bildschirmformat im Einstiegspreissegment ergänzt. Mit dem Mimo 81 ist das erste Gerät einer völlig neuen Produktlinie, die insbesondere jüngere Zielgruppen ansprechen soll, in Serie gegangen. Beide Produktfamilien werden in den nächsten Monaten sukzessive ergänzt. Für die Komplettierung der Mimo Linie zum Home-Cinema-System wird ein völlig neuartiges Lautsprechersystem entwickelt. Fortgeführt wurden die Entwicklungsarbeiten für eine weitere Produktfamilie mit Real-Flat-Bildröhren, die im Herbst diesen Jahres in Produktion gehen wird.

Einen Schwerpunkt im ersten Quartal 2003 stellten die Entwicklungsarbeiten für Produkte in Flachdisplay-Technologie dar. Die neue Plasma Linie mit hochauflösendem Display konnte bis zur Pilotserienreife entwickelt werden, so dass eine Markteinführung Mitte des Jahres erfolgen kann. Für Geräte in großformatiger LCD-Technologie wurden die Designarbeiten der ersten Phase abgeschlossen und planmäßig mit den Konstruktions- und Entwicklungsarbeiten begonnen.

Daneben wurde für die im Mai einzuführenden Premiere-tauglichen DVB-Empfangsmodule die erste Zertifizierung durchgeführt und unsere Internet-Plattform durch eine Applikationssoftware zur interaktiven Programmierung von Videorecordern erweitert.

Das in 1999 gestartete Forschungsprojekt SIPROS, welches sich mit neuer Hard- und Software-Architektur und den dazugehörigen Displaytechnologien für Multimediageräte beschäftigt, konnte im Rahmen eines von der Informationstechnischen Gesellschaft im VDE (ITG) und der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft (FKTG) durchgeführten Workshops im Beisein von Vertretern des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht werden. Hierbei wurden wertvolle Erkenntnisse in den Bereichen Rückprojektionstechnik und Software für verteilte Bediensysteme gewonnen.

## MARKETING UND VERTRIEB

Mit der Einführung des Aventos 81 Ende letzten Jahres konnte bereits im Real-Flat-Segment die Wende zur Gewinnung von Marktanteilen eingeleitet werden. Ende März wurde die Produktfamilie um den Aventos 72 mit kleinerem Bildformat ergänzt, der mit neuester Real-Flat-Technologie, Media Plus Chassis und reichhaltiger Ausstattung (Full PIP; Virtual Dolby Surround) weitere Akzente im Loewe Einstiegspreissegment setzt.

Mit einem internationalen Event in Berlin wurde Ende März eine neue, innovative Produktfamilie präsentiert. Aufgrund des jungen und modernen Designs und der zukunftsorientierten technischen Ausstattungsmerkmale wird diese neue Produktfamilie mit dem Namen Mimo deutlich jüngere, kaufkräftige Zielgruppen ansprechen. Das Design besticht durch eine außergewöhnliche Farbgebung, fließende Linien, harmonisch abgestimmte Komponenten und die Reduktion auf das Wesentliche.

Die Einführung der Mimo Familie wird in drei Stufen vorgenommen: Im März 2003 mit dem Mimo 32, ein Fernsehgerät im 81 cm Breitbildformat mit verschiedenen Aufstellvarianten mit Drehfunktion zur freien Positionierung im Raum. Die zweite Stufe der Mimo Markteinführung im Mai bis Juli besteht aus den Geräten mit 70 cm Bildschirmdiagonale im 16:9 Format und dem 4:3 Gerät mit 72 cm Bildschirmdiagonale. Ein besonderes Highlight wird das Wechselrahmenkonzept zur Individualisierung des Gerätes mit 55 cm Bildschirmdiagonale sein. Die dritte Stufe im Herbst erweitert Mimo im Flachdisplaysegment mit einem 38 cm LCD-Gerät. Die Systemfunktionalitäten kommen durch die Ergänzung mit Dolby Digital Surroundsound Lautsprechersystemen und einem DVD-Preceiver zum Ausdruck. Somit bietet Mimo auch perfektes Home-Cinema-Erlebnis.

Die Internationalisierung des Loewe Vertriebs wurde mit der Gründung einer eigenen Tochtergesellschaft in Italien, unserem größten Auslandsmarkt, gestärkt. Wir erschließen uns dadurch weitere Wachstumschancen durch die Möglichkeit des quantitativen und qualitativen Ausbaus der heutigen Distribution, dem Zugang zu wichtigen Kunden, Kooperationen und die europaweite konsequente Umsetzung der Loewe Vertriebs- und Marketingstrategie. Der bisherige Distributionspartner in Italien hat gute Aufbauarbeit geleistet und den Grundstein für die jetzt mögliche Ausweitung des Geschäftes gelegt.

Mit einer Marketingoffensive begegnen wir den herausfordernden Marktbedingungen: erstens durch die Produktoffensive mit der Einführung von über 30 neuen Produkten in 2003 und zweitens mit einer Kommunikationsoffensive, die im ersten Quartal mit dem Start der neuen internationalen Markenkampagne 2003 begonnen hat. Die neue Printkampagne wurde am 17. März 2003 in Deutschland gestartet, die in ausgewählten Publikumssteteln wie Spiegel, Focus und Stern und Design/Ambiente-Titeln wie Architektur & Wohnen, AD (Architectural Digest), Häuser und Atrium geschaltet wird.

Im Hotel-TV-Geschäft konnte durch eine neue Kooperation mit OTRUM ASA, Norwegen, das Wachstum im Hotel- und Kreuzfahrtmarkt vorbereitet werden. OTRUM ist führender Anbieter von interaktiven TV-Lösungen und TV-Content für die Hotel-, Gastronomie- und Touristikbranche in Europa, dem mittleren Osten und Afrika.

## MITARBEITER

Die Zahl der Mitarbeiter hat sich im Vergleich zum Vorjahresquartal um 3 % leicht erhöht. Der Aufbau um 39 Mitarbeiter konzentriert sich vornehmlich auf die Loewe France S.A. mit 23 Personen, die erst ab dem dritten Quartal 2002 im Personalstand enthalten war und auf erforderliche Verstärkungen in den Bereichen Entwicklung mit 8 Personen und Marketing/Vertrieb/Qualität mit 6 Personen. Die 18 Mitarbeiter im eingestellten Geschäftsbereich Telekommunikation zum Quartalsende des Vorjahres wurden komplett abgebaut.

Gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2002 ist die Mitarbeiterzahl leicht gesunken. Trotz eines deutlich geringeren Produktionsvolumens im ersten Quartal 2003 konnte die Anzahl der Mitarbeiter im direkten Bereich gehalten werden, da die notwendige Anpassung der Produktionsleistung über eine Kürzung der individuellen Arbeitszeiten erfolgte, die einem Äquivalent von 15 Personen entspricht.

## **RISIKEN DER ZUKÜNFTIGEN ENTWICKLUNG**

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

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

## **WESENTLICHE EREIGNISSE NACH QUARTALSENDE**

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung der Gesellschaft am 25. Juni 2003 die Ausschüttung einer unveränderten Dividende in Höhe von 0,85 Euro je Aktie vor.

Weitere wesentliche Ereignisse nach Quartalsende sind nicht eingetreten.

## **AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2003**

Ausgehend von der unbefriedigenden Entwicklung von Loewe im ersten Quartal 2003, den geopolitischen Unsicherheiten und einer deutlichen Kaufzurückhaltung der Konsumenten bei Produkten der Unterhaltungselektronik werden für das laufende Geschäftsjahr 2003 ein Umsatz auf Vorjahresniveau und ein EBIT von über 10 Mio. Euro erwartet.

## **SONSTIGE ANGABEN**

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

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

Kronach, den 22. April 2003

Der Vorstand

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

T. Bender

G. Schaas

## KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. QUARTAL 2003

Mio. Euro	Januar bis März 2003		Januar bis März 2002	
		%		%
Umsatzerlöse	72,0		101,0	
Einzustellender Geschäftsbereich	0,0		- 5,0	
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>72,0</b>	<b>100,0</b>	<b>96,0</b>	<b>100,0</b>
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen*)	- 56,0	- 77,7	- 69,0	- 71,9
Bruttoergebnis vom Umsatz	16,0	22,3	27,0	28,1
Marketing- und Vertriebskosten	- 16,9	- 23,5	- 16,8	- 17,5
Allgemeine Verwaltungskosten	- 2,6	- 3,6	- 2,7	- 2,8
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	- 1,3	- 1,8	0,0	0,0
Erträge aus Beteiligungen	0,1	0,0	0,0	0,0
<b>EBIT des fortzuführenden Geschäftsbereiches</b>	<b>- 4,7</b>	<b>- 6,6</b>	<b>7,5</b>	<b>7,8</b>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,1	0,1	0,1	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 0,5	- 0,6	- 0,4	- 0,4
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) des fortzuführenden Geschäftsbereiches</b>	<b>- 5,1</b>	<b>- 7,1</b>	<b>7,2</b>	<b>7,5</b>
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT) des einzustellenden Geschäftsbereiches	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)</b>	<b>- 5,1</b>	<b>- 7,1</b>	<b>7,2</b>	<b>7,5</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1,6	2,2	- 2,9	- 3,0
<b>Jahresfehlbetrag/-überschuss vor Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>- 3,5</b>	<b>- 4,9</b>	<b>4,3</b>	<b>4,5</b>
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	0,0	0,0	- 0,1	- 0,1
<b>Konzernjahresfehlbetrag/-überschuss nach Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b>- 3,5</b>	<b>- 4,9</b>	<b>4,2</b>	<b>4,4</b>

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

Unverwässertes Ergebnis je Aktie **	- 0,49	0,59
Unverwässertes Ergebnis je Aktie des fortzuführenden Geschäftsbereiches **	- 0,49	0,59
Verwässertes Ergebnis je Aktie des fortzuführenden Geschäftsbereiches ***	- 0,46	0,55
** Zahl der ausgegebenen Aktien zum 31.03.	7.176.600	7.149.400
*** Zahl der ausgegebenen Aktien und Optionen	7.575.000	7.575.000

**KONZERNBILANZ 31. MÄRZ 2003**

Mio. Euro	31. 03. 03	31. 12. 02	31. 03. 02
<b>Aktiva</b>			
<b>Anlagevermögen*</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	10,2	10,2	9,4
Sachanlagen	56,6	57,0	52,2
Finanzanlagen	0,2	0,2	0,2
<b>Anlagevermögen, Gesamt</b>	<b>67,0</b>	<b>67,4</b>	<b>61,8</b>
<b>Umlaufvermögen*</b>			
Vorräte	57,3	54,6	50,2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	57,2	81,4	66,1
Andere kurzfristige Forderungen	4,6	4,5	4,5
Liquide Mittel	5,1	3,7	16,4
<b>Umlaufvermögen, Gesamt</b>	<b>124,2</b>	<b>144,2</b>	<b>137,2</b>
<b>Latente Steuerforderungen*</b>	<b>1,7</b>	<b>0,1</b>	<b>1,6</b>
<b>Vermögenswerte des einzustellenden Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>8,5</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b><u>192,9</u></b>	<b><u>211,8</u></b>	<b><u>209,1</u></b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital	7,2	7,2	7,1
Kapitalrücklage	45,3	45,3	44,9
Andere Gewinnrücklagen	10,5	10,5	5,5
Bilanzgewinn	14,0	17,5	21,9
<b>Eigenkapital, Gesamt</b>	<b>77,0</b>	<b>80,5</b>	<b>79,4</b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>
<b>Rückstellungen*</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	26,9	28,2	26,5
Steuerrückstellungen	0,0	1,0	3,5
Sonstige Rückstellungen	44,3	47,7	46,9
<b>Rückstellungen, Gesamt</b>	<b>71,2</b>	<b>76,9</b>	<b>76,9</b>
<b>Verbindlichkeiten*</b>			
Langfristige Schulden	3,0	3,4	4,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	25,3	26,3	30,8
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	15,2	22,9	13,8
<b>Verbindlichkeiten, Gesamt</b>	<b>43,5</b>	<b>52,6</b>	<b>48,9</b>
<b>Rückstellungen und Verbindlichkeiten des einzustellenden Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>0,6</b>	<b>3,1</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b><u>192,9</u></b>	<b><u>211,8</u></b>	<b><u>209,1</u></b>

\* des fortzuführenden Geschäftsbereiches

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS MÄRZ 2003/2002

Mio. Euro	2003	2002	
<b>Laufende Geschäftstätigkeit*</b>			
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	- 5,1	7,2	
Abschreibungen auf Anlagevermögen	4,8	4,6	
Abnahme der Pensionsrückstellungen	- 1,3	- 1,2	
Ertragsteuerzahlungen	- 1,3	- 1,6	
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b>- 2,9</b>	<b>9,0</b>	
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>			
Zunahme der Vorräte	- 2,7	- 5,1	
Zunahme(-)/Abnahme(+) der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	24,1	20,3	
Zunahme(+)/Abnahme(-) der Sonstigen Rückstellungen	- 3,5	- 3,3	
Zunahme(+)/Abnahme(-) der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	0,5	- 1,8	
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b>18,4</b>	<b>10,1</b>	
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>15,5</b>	<b>19,1</b>	
<b>Investitionstätigkeit</b>			
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 4,3	- 4,0	
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>- 4,3</b>	<b>- 4,0</b>	
<b>Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches</b>	<b>11,2</b>	<b>15,1</b>	
<b>Freier Cashflow des einzustellenden Geschäftsbereiches</b>	<b>0,0</b>	<b>- 0,4</b>	
<b>Freier Cashflow, Total</b>	<b>11,2</b>	<b>14,7</b>	
<b>Finanzierungstätigkeit</b>			
Aufnahme von Krediten	1,2	1,0	
Tilgung von Krediten	- 0,4	0,0	
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>12,0</u></b>	<b><u>15,7</u></b>	
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:</b>	<b>31.03.03</b>	<b>31.12.02</b>	<b>+/-</b>
Liquide Mittel	5,1	3,7	1,4
Kurzfristige Bankschulden		- 10,6	10,6
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b><u>5,1</u></b>	<b><u>- 6,9</u></b>	<b><u>12,0</u></b>

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

## KONTAKTE

### LOEWE AG

Industriestraße 11  
D-96317 Kronach

Postfach 15 54  
D-96305 Kronach

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

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

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

Börsenhandel im Prime Segment

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



## **LOEWE.**

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

Loewe Aktie:  
Börsenkürzel: LOE  
ISIN Code: DE 0006494107

Telefon: 0 92 61/9 99 84  
e-Mail: [ir@loewe.de](mailto:ir@loewe.de)