



- Umsatzwachstum von 11 % auf 197,0 Mio. Euro, Anteil der Flachdisplays im dritten Quartal steigt auf 81 %
- Operativer Verlust in den ersten neun Monaten um 18,8 Mio. Euro auf 4,3 Mio. Euro reduziert
- Restrukturierung weiter planmäßig trotz Engpässen auf der Beschaffungsseite
- Kapitalerhöhung im Oktober erfolgreich platziert

KONZERNBERICHT 1.–3. QUARTAL DES GESCHÄFTSJAHRES 2005

LOEWE.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Loewe ist auf gutem Weg zur führenden Premiummarke im Flachdisplay-TV-Markt. Dabei profitieren wir zum einen von der anhaltend dynamischen Marktentwicklung bei mittel- und großformatigen LCD- und Plasma-TVs in Deutschland und Europa. Zum anderen kann Loewe durch sein breites und attraktives Produktportfolio gerade bei Flachdisplaygeräten Marktanteile gewinnen. Loewe hat den Marktanteil bei LCD-Geräten im europäischen Fachhandel umsatzmäßig von 1,3% (Dezember 2003 bis September 2004) auf 4,4% (Dezember 2004 bis September 2005) deutlich gesteigert.

Der Umsatz des fortzuführenden Geschäftsbereiches ist in den ersten neun Monaten um 11% auf 197,0 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gestiegen. Wesentliche Ursache sind die im Vergleich zum Vorjahr um 176% auf 125,4 Mio. Euro gestiegenen Umsätze mit Flat-TVs. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flachdisplay-TVs am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten auf 75% angestiegen, nach nur 30% im Vorjahreszeitraum.

Im dritten Quartal 2005 wurden die hohen Steigerungsraten des ersten Halbjahres nicht erreicht, da Kundenaufträge in Höhe von 7 Mio. Euro durch Engpässe bei der Materialversorgung nicht realisiert werden konnten. Diese Auftragsrückstände sollen aber im vierten Quartal aufgeholt werden. Zudem wurden im dritten Quartal 2005 erste LCD-Geräte an Sharp mit einem Umsatzvolumen von 6,2 Mio. Euro ausgeliefert.

Wie geplant konnte der operative Verlust in den ersten neun Monaten 2005 weiter reduziert werden. Für das vierte Quartal rechnet Loewe mit einem deutlich positiven EBIT.

Ein voller Erfolg und das Highlight des dritten Quartals war für Loewe die Internationale Funkausstellung in Berlin. Dabei war die neue, höchst individualisierbare Fernsehgerätefamilie Loewe „Individual“ der Star der wichtigsten Leistungsschau der Branche. Vor allem sie hat dazu beigetragen, dass wir insgesamt mehr Aufträge als vor zwei Jahren erzielen konnten.



Dr. Rainer Hecker

Dipl.-Wirtschaftsingenieur
Vorsitzender des Vorstands



Dr. Burkhard Bamberger

Dipl.-Kaufmann
Vorstand Finanzen



Gerhard Schaas

Dipl.-Ingenieur
Vorstand Technik

Im Rahmen der Partnerschaft mit dem Premiummöbelhersteller Interlübke können künftig die neuen „Individual“ LCD-Geräte zusätzlich zur Loewe Palette auch mit Interlübke-Farben und -Oberflächen ausgestattet und funktional integriert werden. So passt die individuelle Unterhaltungselektronik perfekt zu Sideboards und Schränken der Premiumklasse. Wir sind überzeugt, dass neben innovativer Technik, ausgezeichnetem Design und höchster Qualität in Zukunft vor allem der Trend zur Individualität den Premiummarkt prägen wird.

Die Anfang Oktober von Vorstand und Aufsichtsrat beschlossene Kapitalerhöhung konnte erfolgreich realisiert werden. Unter anderem hat unser größter Einzelaktionär, die Sharp Corporation, Japan, in vollem Umfang von seinem Bezugsrecht Gebrauch gemacht und hält so weiterhin eine Beteiligung von knapp 29% an Loewe. Das Management hat sich teilweise an der Kapitalerhöhung beteiligt. Mit dem Mittelzufluss von rund 25 Mio. Euro werden wir unsere Kapitalstruktur grundlegend verbessern und die Eigenkapitalquote auf ca. 30% erhöhen. Darüber hinaus können wir die Finanzierung des für die nächsten Jahre geplanten Wachstums aus Eigenmitteln abdecken.

Die für Loewe sehr erfolgreich verlaufene Internationale Funkausstellung gibt uns viel Rückenwind für den Start in das wichtige Weihnachtsgeschäft, die Winterolympiade in Turin sowie die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Gerade durch diese sportlichen Großveranstaltungen erwarten wir zusätzliche Nachfrageimpulse und eine weitere Aufwärtsentwicklung bei Loewe.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN*

in Mio. Euro	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	± in %	1.-3. Quartal 2005	1.-3. Quartal 2004	± in %
Umsatz	65,8	66,1	0	197,0	177,4	11
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	- 1,5	- 6,6		- 4,3	- 23,1	
Fehlbetrag nach Anteilen Dritter	- 1,5	- 5,6		- 5,5	- 16,2	
Ergebnis je Aktie in Euro**	- 0,14	- 0,71		- 0,53	- 2,06	
Freier Cashflow	1,1	- 2,1		10,2	- 1,3	
Anzahl Mitarbeiter	918	1.051	- 13	934	1.071	- 13

* Alle Angaben beziehen sich auf den fortzuführenden Geschäftsbereich.

Die Konzern-Zwischenabschlüsse und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 entsprechen den IFRS und sind nach den gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

** bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 10.407.383 Stück (Vorjahr 7.876.600 Aktien)

Umsatz steigt in den ersten neun Monaten um 11% auf 197,0 Mio. Euro

Mit dem im Vergleich zum Vorjahr um 79,9 Mio. Euro gestiegenen Umsatz mit Flachdisplaygeräten konnte der Rückgang von 62,7 Mio. Euro bei Röhrengeräten überkompensiert werden. Das dynamische Marktwachstum bei Flachdisplaygeräten und der deutlich gesteigerte Marktanteil von Loewe ermöglichten in diesem Segment eine Verdreifachung der Umsätze auf 125,4 Mio. Euro. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte auf 75% angestiegen. Im September 2005 konnten wegen Engpässen in der Materialversorgung Kundenaufträge in Höhe von rund 7 Mio. Euro nicht realisiert werden. Im dritten Quartal wurden erstmals Umsätze in Höhe von 6,2 Mio. Euro mit OEM-Produkten für Sharp erzielt.

Operative Verluste um 18,8 Mio. Euro auf 4,3 Mio. Euro weiter reduziert

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) beträgt in den ersten neun Monaten -4,3 Mio. Euro nach -23,1 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Im dritten Quartal konnte gegenüber dem Vorjahresquartal der Verlust um 5,1 Mio. Euro auf -1,5 Mio. Euro reduziert werden. Dies ist hauptsächlich auf den günstigeren Produktmix und die niedrigere Kostenbasis zurückzuführen. Der Fehlbetrag nach Anteilen Dritter beläuft sich auf -5,5 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie auf -0,53 Euro.

Positiver freier Cashflow von 10,2 Mio. Euro

Im Vergleich zum Vorjahr konnte ein deutlich positiver Cashflow erwirtschaftet werden, der im Wesentlichen auf den weiter verringerten Verlust sowie das reduzierte Working Capital zurückzuführen ist. Zusammen mit dem Mittelzufluss aus der im Februar realisierten Kapitalerhöhung konnten die kurzfristigen Bankschulden von 25,5 Mio. Euro am Jahresanfang auf 0,7 Mio. Euro zum 30. September 2005 abgebaut werden.

Restrukturierung planmäßig fortgeführt, Mitarbeiterzahl sinkt um 13% auf 918 Personen

Neben der konsequenten Kostensenkung über alle Bereiche wurde in den ersten neun Monaten eine Vielzahl neuer Flachdisplaygeräte entwickelt und auf der Internationalen Funkausstellung Anfang September überzeugend präsentiert. Die bereits in 2004 definierten und eingeleiteten Personalmaßnahmen reduzierten den Personalstand zum Ende des dritten Quartals 2005 auf 918 Personen. Damit ist die Mitarbeiterzahl gegenüber dem 30. September 2004 um 133 Personen planmäßig gesunken.

DYNAMISCHES MARKTWACHSTUM, PREISEROSION VERLANGSAMT

Der Markt für Fernsehgeräte in Europa ist im Zeitraum Dezember 2004 bis September 2005 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11 % auf 22,1 Mio. Geräte gewachsen. Dies ist auf das dynamische Wachstum und die gestiegene Marktakzeptanz der Flachdisplaygeräte zurückzuführen. Im Zeitraum Dezember 2004 bis September 2005 wurden in Europa 4,3 Mio. LCD-TVs und 0,9 Mio. Plasma-TVs verkauft, was mehr als einer Verdreifachung gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Die Anzahl der verkauften Bildröhrengeräte liegt mit 16,6 Mio. Geräten 7 % unter dem Vorjahresniveau.

Im Durchschnitt sind die Preise für Bildröhrengeräte um 24 % geringer als im Vorjahreszeitraum und betragen nur noch knapp 290 Euro pro Gerät. Noch stärker gesunken sind die Preise für LCD-TVs, die bei großformatigen Geräten ab 26" Bilddiagonale um 42 % und bei kleinformatigen Geräten um 28 % unter den Vorjahreswerten liegen. Der durchschnittliche Preisrückgang für alle LCD-Geräte liegt dagegen nur bei 21 %, da der Anteil der teureren, großformatigen LCD-Geräte, die im Schnitt rund 1.800 Euro kosteten, deutlich gestiegen ist. Die ausschließlich in großen Bildformaten verfügbaren Plasma-TVs haben sich im Vorjahresvergleich um 41 % auf knapp 2.600 Euro verbilligt.

In allen wichtigen Ländern in Europa ist der Markt für TV-Geräte stark gestiegen. Insgesamt ergibt sich für Europa im Zeitraum von Dezember 2004 bis September 2005 ein um 17 % auf 11,8 Mrd. Euro gestiegenes Marktvolumen. Der durch die starke Preiserosion getriebene Umsatzrückgang bei traditionellen Bildröhrengeräten von 30 % wurde durch das hohe Umsatzwachstum von 127 % bei LCD- und Plasma-TV-Geräten deutlich überkompensiert. Der wertmäßige Anteil der Bildröhrengeräte am europäischen Gesamtmarkt ist dadurch von 66 % im Vorjahreszeitraum auf 40 % gesunken.

Der wertmäßige Marktanteil von Loewe in Europa liegt mit 4,0 % um 0,1 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. Dies ist in erster Linie auf den um 0,7 Prozentpunkte auf 5,1 % gesunkenen Marktanteil bei Bildröhrengeräten zurückzuführen, da nur noch preisgünstige Standardgeräte anstelle von Premiumprodukten nachgefragt werden. Dagegen konnte Loewe bei LCD-TVs den Marktanteil in Europa von 1,3 % auf 4,4 % steigern. Bei Plasma-TVs stieg der Loewe Marktanteil von 1,0 % auf 1,9 %.

UMSATZSTEIGERUNG VON 11 % IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN 2005

In den ersten neun Monaten 2005 stieg der Umsatz um 11 % auf 197,0 Mio. Euro. Die um 79,9 Mio. Euro gestiegenen Umsätze mit Flachdisplaygeräten konnten den Rückgang von 62,7 Mio. Euro bei Röhrengeräten deutlich überkompensieren. Im dritten Quartal 2005 wurden die ersten Geräte an Sharp mit einem Umsatzvolumen von 6,2 Mio. Euro geliefert. Trotzdem konnten die hohen Steigerungsraten des ersten Halbjahres nicht erreicht werden, da im dritten Quartal 2005 Kundenaufträge in Höhe von 7 Mio. Euro durch Materialversorgungsengpässe in der Produktion nicht realisiert werden konnten. Diese Auftragsrückstände sollen im vierten Quartal aufgeholt werden.

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

Umsatzstruktur nach Produktbereichen

in Mio. Euro	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	± in %	1.-3. Quartal 2005	1.-3. Quartal 2004	± in %
Fernsehgeräte	52,5	56,0	- 6	167,2	150,0	11
Fernsehgeräte (non-branded)	6,2	0,0		6,2	0,0	
DVD-Player	0,7	1,5	- 53	4,5	2,8	61
Videorecorder	0,3	0,5	- 40	0,8	1,5	- 47
Hi-Fi	0,9	0,6	50	2,2	1,9	16
Zubehör und sonstige Erlöse	5,2	7,5	- 31	16,1	21,2	- 24
Gesamt	<u>65,8</u>	<u>66,1</u>	<u>0</u>	<u>197,0</u>	<u>177,4</u>	<u>11</u>
davon: Loewe Inland	34,4	34,6	- 1	96,6	91,9	5
davon: Loewe Ausland	25,2	31,5	- 20	94,2	85,5	10
davon: non-branded	6,2	0,0		6,2	0,0	

Bei Röhrengeräten setzt sich der Umsatzrückgang unvermindert fort. Da Röhrengeräte fast ausschließlich preisaggressiv vermarktet werden, konzentrieren sich die Verkäufe sehr stark auf Loewe Produkte in der preislichen Einstiegsklasse. Der Umsatzanteil der Bildröhrengeräte am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten liegt im dritten Quartal 2005 unter 20%, verglichen mit 55% im Vorjahresquartal.

Das schnelle Marktwachstum bei Flachdisplaygeräten und die Ausweitung des Produktprogramms von Loewe ermöglichten in den ersten neun Monaten eine starke Umsatzausweitung in diesem zukunftsträchtigen Sektor. Insgesamt wurden zehn neue Flachdisplaygeräte am Markt eingeführt. Im Rahmen der Internationalen Funkausstellung in Berlin wurde mit der LCD-Produktlinie „Individual“ ein völlig neuartiges Fernsehgeräte-Konzept präsentiert. Im September erfolgten die ersten Auslieferungen an den Fachhandel, die allerdings durch die erwähnten Materialengpässe beeinträchtigt waren.

Umsatzstruktur Fernsehgeräte

in Mio. Euro	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	± in %	1.-3. Quartal 2005	1.-3. Quartal 2004	± in %
Bildröhren	10,1	30,7	- 67	41,8	104,5	- 60
Flachdisplay	42,4	25,3	68	125,4	45,5	176
davon: LCD	38,0	23,5	62	106,8	39,3	172
davon: Plasma	4,4	1,1	300	17,2	3,7	365
davon: Rückprojektion	0,0	0,7	- 100	1,4	2,5	- 44
Gesamt	<u>52,5</u>	<u>56,0</u>	<u>- 6</u>	<u>167,2</u>	<u>150,0</u>	<u>11</u>
Umsatzanteil Bildröhrengeräte	19%	55%		25%	70%	
Umsatzanteil Flachdisplaygeräte	81%	45%		75%	30%	

In den ersten neun Monaten 2005 wurden rund 50 % des Umsatzes mit Loewe Produkten in Deutschland erwirtschaftet. Durch die Lieferengpässe konnten allerdings im dritten Quartal lediglich Umsätze auf Vorjahresniveau verwirklicht werden. In den ersten neun Monaten konnte der Vorjahresvergleichswert von 91,9 Mio. Euro um 5 % übertroffen werden.

Im Ausland konnte der Umsatz in den ersten neun Monaten 2005 gegenüber dem Vorjahr um 10 % gesteigert werden. Dies ist hauptsächlich auf die hohen Steigerungsraten im ersten Halbjahr 2005 zurückzuführen, da das Geschäftsvolumen im ersten Halbjahr 2004 sehr niedrig war. Im dritten Quartal lag der Auslandsumsatz um 20 % niedriger als im Vorjahresquartal, da hochwertige Bildröhrengeräte im Ausland kaum noch verkäuflich sind. Der Auslandsumsatzanteil der Bildröhrengeräte betrug im dritten Quartal 2005 nur noch 6 % gegenüber 41 % im Vorjahr. Dieser Umsatzrückgang konnte durch die Steigerung bei Flachdisplaygeräten nicht ganz ausgeglichen werden.

EBIT WEITER VERBESSERT, VERLUST SINKT AUF 4,3 MIO. EURO

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im fortzuführenden Geschäftsbereich beträgt in den ersten neun Monaten –4,3 Mio. Euro im fortzuführenden Geschäftsbereich, nach –23,1 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Im dritten Quartal konnte gegenüber dem Vorjahresquartal der Verlust um 5,1 Mio. Euro auf –1,5 Mio. Euro reduziert werden.

Die deutliche Ergebnisverbesserung in den ersten neuen Monaten ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen, einen günstigeren Produktmix und die weiter reduzierte Kostenbasis zurückzuführen. Die Kostensenkungen betreffen in erster Linie die Werbeaufwendungen in Höhe von 3,5 Mio. Euro sowie die Personalkosten mit 4,3 Mio. Euro.

Der Anstieg des Bruttoergebnisses um 10,9 Mio. Euro auf 39,5 Mio. Euro ist insbesondere auf den gestiegenen Anteil der Flachdisplaygeräte am TV-Umsatz, die verbesserte Fixkostendeckung in den Bereichen Entwicklung und Produktion sowie auf die Kostenentlastung aus der Entwicklungskooperation mit Sharp zurückzuführen. Die Bruttomarge ist im Vergleich zum Vorjahreswert deutlich von 16,1 % auf 20,1 % gestiegen. Bereinigt um den Ergebniseffekt aus der Kooperation mit Sharp ergibt sich im dritten Quartal eine Bruttomarge von 18,7 % und in den ersten neun Monaten von 19,6 %.

Die Marketing- und Vertriebskosten konnten in den ersten neun Monaten im Vorjahresvergleich um 7,3 Mio. Euro auf 37,3 Mio. Euro gesenkt werden. Die wesentlichsten Einsparungen betreffen mit 3,5 Mio. Euro den Werbeetat und mit 1,7 Mio. Euro Kostensenkungen in der Vertriebs- und Marketingorganisation. Darüber hinaus war das erste Quartal 2004 von einem negativen Sondereffekt betroffen, da Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 1 Mio. Euro wertberichtigt werden mussten.

Die Allgemeinen Verwaltungskosten von 5,1 Mio. Euro konnten durch die eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen um 0,8 Mio. Euro unter den Vorjahreswert gesenkt werden, so dass sich ihr Anteil um 0,7 Prozentpunkte auf 2,6 % vom Umsatz ermäßigt hat.

Das Sonstige betriebliche Ergebnis von –1,4 Mio. Euro in den ersten neun Monaten enthält Restrukturierungskosten von 1,3 Mio. Euro. Der Vorjahreswert war durch die Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen in Höhe von 1 Mio. Euro begünstigt.

Der Zinsaufwandsaldo von 3,4 Mio. Euro liegt im Vorjahresvergleich um 0,3 Mio. Euro niedriger. Höhere Bankgebühren im Zusammenhang mit erteilten Finanzierungszusagen konnten durch eine geringere Mittelinanspruchnahme überkompensiert werden.

GERINGERE INVESTITIONSAUSGABEN

Investitionen und Abschreibungen

in Mio. Euro	1.–3. Quartal 2005		1.–3. Quartal 2004	
	Investition	Abschreibung	Investition	Abschreibung
Immaterielle Vermögensgegenstände	5,3	5,4	5,4	6,3
Sachanlagen	4,5	9,8	5,0	10,1
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,5	0,1
Gesamt	<u>9,8</u>	<u>15,2</u>	<u>10,9</u>	<u>16,5</u>

Die Investitionen in den ersten drei Quartalen 2005 lagen mit 9,8 Mio. Euro leicht unter den Investitionen des Vorjahreszeitraums. Sie betreffen im Wesentlichen die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (4,9 Mio. Euro) und Werkzeuge für neue Produkte (2,3 Mio. Euro). Der moderate Rückgang der Abschreibungen auf 15,2 Mio. Euro ergab sich vor allem durch geringere aktivierte Entwicklungsleistungen, die sich durch die Entwicklungskostenbeiträge von Sharp reduzierten.

WEITER VERBESSERTE BILANZSTRUKTUR

Wesentliche Bilanzpositionen

in Mio. Euro	30. Sep. 2005	31. Dez. 2004	30. Sep. 2004
Anlagevermögen	45,9	51,2	57,0
Nettoumlaufvermögen	9,8	22,9	18,3
Eigenkapital	30,0	19,4	24,7
Nettobankverbindlichkeiten	8,2	34,1	29,5
Factoring	6,4	27,4	15,9

In den ersten drei Quartalen 2005 hat sich die Bilanzstruktur durch die Anfang 2005 erfolgte Kapitalerhöhung und die Reduzierung des Working Capital weiter verbessert. Die Bankschulden (inklusive langfristiger Kredite) saldiert mit liquiden Mitteln konnten zum 30. September 2005 auf 8,2 Mio. Euro reduziert werden. Das Factoringvolumen wurde ebenfalls gesenkt und betrug zum 30. September 2005 nur noch 6,4 Mio. Euro gegenüber 15,9 Mio. Euro ein Jahr zuvor. Das Eigenkapital lag mit 30,0 Mio. Euro um 5,3 Mio. Euro über dem Vorjahresniveau. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 17%.

Nettoumlaufvermögen

in Mio. Euro	30. Sep. 2005	31. Dez. 2004	30. Sep. 2004
Vorräte	53,5	36,4	55,6
davon: RHB	31,9	16,5	27,1
davon: Fertige Erzeugnisse	21,6	19,9	28,5
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	49,1	57,9	46,0
Sonstige Rückstellungen	- 39,0	- 43,4	- 42,7
Lieferungsverbindlichkeiten, andere Passiva	- 53,8	- 28,0	- 40,6
Gesamt	<u>9,8</u>	<u>22,9</u>	<u>18,3</u>

Auch zum Ende des dritten Quartals bleibt das Nettoumlaufvermögen mit 9,8 Mio. Euro auf einem sehr niedrigen Niveau. Die Vorräte an fertigen Erzeugnissen liegen um 24,2 % unter dem Vorjahresvergleichswert. Leicht angestiegen sind dagegen die Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, da die angespannte Versorgungssituation bei Designteilen und LCD-Panels aus Flexibilisierungsgründen höhere Sicherheitsbestände erfordert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind durch das geringere Factoringvolumen leicht angestiegen. Bereinigt um Factoring hat sich die Forderungslaufzeit im Vorjahresvergleich verkürzt. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind im Vorjahresvergleich auf 48,3 Mio. Euro angestiegen, da mehr LCD- und Plasma-Bildschirme aus Fernost bezogen wurden.

Eigenkapital

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Andere Gewinn- rücklagen	Bilanz- verlust	Eigen- kapital
Stand am 31. 12. 2004	7,9	11,7	0,0	- 0,2	19,4
Kapitalerhöhung	2,5	13,6			16,1
Fehlbetrag 1.-3. Quartal 2005				- 5,5	- 5,5
Stand am 30. 09. 2005	<u>10,4</u>	<u>25,3</u>	<u>0,0</u>	<u>- 5,7</u>	<u>30,0</u>

Der Anstieg des Eigenkapitals auf 30,0 Mio. Euro ergibt sich aus der erfolgten Kapitalerhöhung und wurde nur leicht durch den aufgelaufenen Konzernfehlbetrag in den ersten drei Quartalen 2005 reduziert.

FREIER CASHFLOW STEIGT AUF 10,2 MIO. EURO

Cashflow

in Mio. Euro	Jan. – Sep. 2005	Jan. – Sep. 2004
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	20,0	9,6
Investitionstätigkeit	– 9,8	– 10,9
Freier Cashflow	<u>10,2</u>	<u>– 1,3</u>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	– 0,2	– 3,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	15,9	4,1
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>25,9</u>	<u>– 0,4</u>

Im fortzuführenden Geschäftsbereich wurde in den ersten drei Quartalen 2005 ein positiver Freier Cashflow von 10,2 Mio. Euro erwirtschaftet. Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahreswert ist vornehmlich auf den geringeren Verlust zurückzuführen. Die höhere Mittelbindung im Vorratsvermögen, das seit Jahresanfang um 17,1 Mio. Euro angestiegen ist, wurde durch höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um fast 27 Mio. Euro mehr als kompensiert.

Der positive Freie Cashflow und der Mittelzufluss aus der Kapitalerhöhung verbesserten den Finanzmittelbestand um 25,9 Mio. Euro. Die Kurzfristigen Bankschulden konnten deshalb von 25,5 Mio. Euro am Jahresanfang auf 0,7 Mio. Euro zum 30. September 2005 abgebaut werden.

AUFZUGEBENDER GESCHÄFTSBEREICH USA

Die Abwicklung des aufzugebenden Geschäftsbereiches läuft planmäßig.

Aufzugebender Geschäftsbereich USA

in Mio. Euro	3. Quartal 2005	3. Quartal 2004	1.–3. Quartal 2005	1.–3. Quartal 2004
Umsatz	0,0	1,2	0,0	5,2
Fehlbetrag	0,0	0,0	0,0	– 8,1
Freier Cashflow	– 0,1	0,7	– 0,2	– 3,2
Personal (Personen)	0	6	0	12

ENTWICKLUNG UND PRODUKTION

Zur Internationalen Funkausstellung 2005 konnte die neue, revolutionäre TV-Linie „Individual“ in den Markt eingeführt werden. Neben der neuartigen Individualität an Materialien, Farben und Aufstelllösungen kam die weiterentwickelte Elektronikplattform L2650 zum Einsatz. Die aktuell bereits in Serienproduktion befindliche TV-Linie wird in 2006 ergänzt mit einem neu entwickelten Lautsprechersystem, welches in Prototypen bereits vorgestellt wurde.

Die Referenzklasse Spheros wurde durch einen Design-Relaunch neu den Marktanforderungen angepasst. Die OEM-Gerätelinie von Sharp (GD 7 Modelle) konnte nach der Freigabeprozedur bei den Sharp-Tochtergesellschaften in die Produktion überführt werden und somit entwicklungsseitig zu einem erfolgreichen Abschluss gebracht werden.

Neben den Neueinführungen wurden die bereits in Serienproduktion befindlichen Gerätetypen auf das Elektronikchassis L2650 und ein sowohl kostengünstigeres als auch Performanceverbessertes LCD-Panel umgestellt. Das bereits vorhandene Differenzierungspotenzial wurde dabei noch mit einem kabeltauglichen DVB-Empfänger erweitert. Im hochpreisigen Segment besteht ferner die Möglichkeit der Festplattenintegration, auf deren Basis auch der 2-Kanal-Empfang von digitalen Programmen realisiert wurde. Im Bereich der Videoverarbeitung konnte die auf eigenen Algorithmen basierte Bildverbesserung Image+ eingeführt werden.

Auf der Funkausstellung 2005 konnte sich Loewe abermals als Innovationsmotor der TV-Branche beweisen. Die Präsentation des weltweit ersten integrierten HDTV-Fernsehers nach dem MPEG-4-AVC-Standard, welcher in enger Zusammenarbeit mit den Halbleiterherstellern STMicroelectronics und Micronas entwickelt wurde, löste in der Fachwelt Anerkennung aus.

Das Joint Development Center Loewe/Sharp konnte zur Internationalen Funkausstellung einen wichtigen Meilenstein in der Entwicklung des Chassis L2700 erreichen. Als einzige Anbieter zeigten Loewe und Sharp Prototypen, die HDTV auf echten HD-Panels (Auflösung von 1080 auf 1920 Pixel) mit einer integrierten Chassisplattform dekodieren konnten.

Die Vorentwicklung führte die Arbeiten an den geförderten Forschungsprojekten, die sich im Wesentlichen auf neuartige Softwaresysteme und intelligente Bedienerführungen für Unterhaltungselektronikgeräte konzentrieren, planmäßig fort. Das Forschungsprojekt „WiMAC@home“ wurde im September 2005 gestartet.

MARKETING UND VERTRIEB

Das dritte Quartal war wesentlich durch die Internationale Funkausstellung in Berlin (IFA) geprägt. Für Loewe war diese IFA ein voller Erfolg. Größtes Interesse fand dabei die neue, höchst individualisierbare Fernsehgerätelinie Loewe „Individual“. Vor allem sie hat dazu beigetragen, dass Loewe deutlich mehr Aufträge sowohl aus dem Inland als auch aus dem internationalen Bereich als vor zwei Jahren erzielen konnte.

Auf der IFA gelang es Loewe überzeugend, die Weichen für die Hauptsaison erfolgreich zu stellen. Alle wichtigen Fachhandelspartner aus dem Inland und die Distributionspartner aus den Loewe Kernmärkten waren Gast am Loewe Messestand. Neben dem höheren Auftragsvolumen war aber vor allem die starke Akzeptanz der Premiumposition der Marke Loewe Erfolgsfaktor zur IFA.

Mit klarer Markenbotschaft präsentierte sich der Loewe Messestand: Loewe auf dem Weg zur führenden Premiummarke im Markt für Flachdisplay-Fernsehgeräte.

Im Mittelpunkt des Messestandes stand die neue Produktlinie „Loewe Individual“. Größtmögliche Individualität, innovative Technik und anspruchsvolles Design sind die besonderen Kennzeichen. Das neuartige, modulare Konzept von Loewe „Individual“ ermöglicht eine bis heute bei Fernsehgeräten nicht gekannte, einmalige Gestaltungsvielfalt. Ob individuelle Farben, Oberflächen, Materialien oder Aufstellösungen – der Loewe „Individual“ eröffnet allein beim Design mehr als 400 unterschiedliche Kombinationsmöglichkeiten. Aber auch die Technik setzt Maßstäbe: So sind die Geräte heute schon vorbereitet für den Empfang des hochauflösenden Fernsehens (HDTV). Als eines der ersten Unternehmen der Branche bietet Loewe das breiteste Sortiment an TV-Geräten mit integriertem Empfänger für digitales Fernsehen.

Eine umfangreiche und sehr positive Berichterstattung in den Medien sowie die Rückmeldungen von Messebesuchern, Meinungsbildnern und Fachhändlern belegen den erfolgreichen Markenauftritt auf der IFA 2005.

Während der IFA präsentierte Loewe auch erste Ergebnisse der neuen Partnerschaft mit dem Premiummöbelhersteller Interlübke. Geräte der Unterhaltungselektronik – besonders flache Fernsehgeräte – werden immer mehr integrativer Bestandteil der Einrichtung. Im Rahmen dieser neuen Partnerschaft, die im August verkündet wurde, können die neuen „Individual“-TV-Geräte zusätzlich zur Loewe Palette auch mit Interlübke-Farben und -Oberflächen ausgestattet werden. So passt die individuelle Unterhaltungselektronik perfekt zu Sideboards und Schränken der Premiumklasse. Im zweiten Schritt sollen Flachbildschirme und Möbel auch technisch zusammenwachsen. So können LCD- und Plasma-Fernsehgeräte direkt am Möbel angebracht werden, so dass der Fuß des TV-Gerätes entfällt. Entsprechende Kabelkanäle, Aufnahmebuchsen und Halterungen sollen gemeinsam entwickelt werden. Geprüft wird außerdem die Integration von Lautsprechern direkt im Möbel. Ein aktuell abgestimmtes Vertriebs- und Servicekonzept rundet die Partnerschaft ab. Zur IFA startete auch die Loewe Kommunikationsoffensive des zweiten Halbjahres. Unter dem Motto „Nach allen Regeln gegen die Regeln“ fällt schon das Gestaltungskonzept der Kampagne mit Sonderformaten auf.

In reichweitenstarken Zielgruppen-Zeitschriften bildet die Kampagne die Speerspitze für ein Kommunikationsfeuerwerk: Plakat-Aktionen, Online-Promotions, redaktionelle Beiträge, Events.

Einen besonderen Schwerpunkt legt Loewe zur Markteinführung von „Individual“ auf die markenadäquate Präsentation im Fachhandel. Hier stehen eine Vielzahl an individuellen Maßnahmen zur Verfügung. Loewe bietet mit einem umfassenden Vermarktungskonzept dem Fachhandel alle Möglichkeiten, ein erfolgreiches Saisongeschäft zu sichern – ein Weihnachtsgeschäft, das in diesem Jahr nahtlos überleitet zur Saison im Vorfeld der Winterolympiade in Turin und der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland.

MITARBEITERZAHL SINKT AUF 918 BESCHÄFTIGTE

Der Rückgang der Mitarbeiterzahlen resultiert aus dem Mitte 2003 eingeleiteten Restrukturierungsprogramm. Zum 1. Januar 2005 waren bei Loewe noch 995 Personen, zum Ende des zweiten Quartals noch 927 Personen beschäftigt. Aufgrund der bereits in 2004 kommunizierten und eingeleiteten Personalmaßnahmen reduzierte sich der Personalstand zum 30. September planmäßig auf 918 Personen. Damit ist gegenüber dem Ende des dritten Quartals 2004 die Mitarbeiterzahl um 133 Personen gesunken.

RISIKEN DER KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG, SONSTIGE ANGABEN

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

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

Der Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2005 und der Konzern-Jahresabschluss zum 31. Dezember 2004 entsprechen den IFRS und sind nach denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt worden.

Zum 30. September 2005 waren gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2004 unverändert 581.425 Aktien der Loewe AG in den Händen des Vorstands.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH QUARTALSENDE

Am 6. Oktober 2005 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Loewe AG beschlossen, das Grundkapital des Unternehmens zu erhöhen. Ausgegeben wurden 2.601.846 neue Stückaktien im rechnerischen Nennbetrag von 1 Euro mit laufender Gewinnbeteiligung im Bezugsverhältnis 4:1. Die Bezugsfrist lief vom 12. bis 26. Oktober 2005. Der Bezugspreis der neuen Stückaktien betrug 9,60 Euro. Ein Bezugsrechtshandel fand nicht statt. Die Loewe AG nahm damit einen Teil des Genehmigten Kapitals in Anspruch, das die Hauptversammlung am 2. Juni 2005 beschlossen hatte.

Am 26. Oktober erfolgte die Zuteilung der neuen Aktien. Fast 1,6 Mio. Stückaktien wurden aufgrund des Bezugsrechts bezogen. Die Sharp Corporation, Osaka (Japan), und die Sharp International Finance (UK) PLC haben hierbei ihr Bezugsrecht voll ausgeübt und ihre derzeitige Anteilsquote von insgesamt 28,8% aufrechterhalten. Darüber hinaus hat sich das Loewe Management teilweise an der Kapitalerhöhung beteiligt. Die verbleibenden nicht bezogenen Stückaktien wurden von der equinet Securities AG institutionellen Investoren im Rahmen einer Privatplatzierung zum Bezugspreis von 9,60 Euro zugeteilt. Dabei konnten aufgrund einer deutlichen Übernachfrage nicht sämtliche institutionelle Orders bedient werden.

Altaktionäre hatten sich im Vorfeld bereit erklärt, bereits börsenzugelassene Stückaktien (ISIN DE0006494107 / WKN 649 410) aus ihrem Bestand zur Einbuchung auf die Depots der beziehenden Aktionäre und der neuen Investoren zur Verfügung zu stellen. Die Notierung der neuen Stückaktien im Amtlichen Markt an der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard) wird voraussichtlich Ende November/Anfang Dezember 2005 aufgenommen. Die neuen Stückaktien sind für das Geschäftsjahr 2005 vollumfänglich gewinnberechtigt.

Das Grundkapital der Gesellschaft hat sich durch die erfolgreiche Platzierung der Aktien auf 13.009.229 Stückaktien erhöht. Die Kapitalerhöhung wurde am 2. November 2005 in das Handelsregister eingetragen. Hierdurch generiert Loewe einen Bruttomittelzufluss von 25 Mio. Euro, der zur Verbesserung der Kapitalstruktur und der Finanzierung des für die nächsten Jahre geplanten Wachstums eingesetzt werden soll.

AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2005

Ausgehend von der angespannten Liefersituation im September wird auch im vierten Quartal 2005 das Umsatzvolumen von Loewe davon bestimmt sein, dass die große Nachfrage vor allem nach unseren hochwertigen Produkten aufgrund von Engpässen bei der Belieferung mit LCD-Panels und Designteilen voraussichtlich bis Anfang 2006 nicht voll befriedigt werden kann. Da insbesondere die Nachfrage nach großformatigen LCD-Panels die Produktionskapazitäten der Hersteller zurzeit deutlich übersteigt, erwarten wir eine Stabilisierung der Preise für Flachdisplaygeräte im vierten Quartal. Trotz dieser Engpasssituation soll im vierten Quartal der Umsatz mit Loewe Produkten gesteigert und ein deutlich positives EBIT erreicht werden.

Die Ziele für das Gesamtjahr 2005 bleiben unverändert. Das Unternehmen erwartet weiterhin eine leichte Zunahme des Umsatzes mit Loewe Produkten. Zusätzlich werden die Umsätze mit Sharp bei rund 20 Mio. Euro liegen. Das höhere Geschäftsvolumen, der bessere Produktmix und die umgesetzten Restrukturierungsmaßnahmen sollen weiterhin ein Ergebnis im Bereich eines ausgeglichenen EBIT ermöglichen.

Kronach, den 7. November 2005

Der Vorstand

Dr. R. Hecker

Dr. B. Bamberger

G. Schaas

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG JANUAR BIS SEPTEMBER 2005

	Juli – September 2005		Juli – September 2004		Januar – September 2005		Januar – September 2004	
	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%
Umsatzerlöse*	65,8	100,0	66,1	100,0	197,0	100,0	177,4	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen*	- 53,2	- 80,9	- 55,2	- 83,5	- 157,5	- 79,9	- 148,8	- 83,9
Bruttoergebnis vom Umsatz*	<u>12,6</u>	<u>19,2</u>	<u>10,9</u>	<u>16,5</u>	<u>39,5</u>	<u>20,1</u>	<u>28,6</u>	<u>16,1</u>
Marketing- und Vertriebskosten*	- 12,6	- 19,1	- 14,1	- 21,3	- 37,3	- 18,9	- 44,6	- 25,1
Allgemeine Verwaltungskosten*	- 1,4	- 2,2	- 1,7	- 2,6	- 5,1	- 2,6	- 5,9	- 3,3
Sonstige betriebliche Erträge/ Aufwendungen*	- 0,1	- 0,2	- 1,9	- 2,9	- 1,4	- 0,7	- 1,4	- 0,8
Erträge aus Beteiligungen	0,0	0,0	0,2	0,3	0,0	0,0	0,2	0,1
Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT)*	<u>- 1,5</u>	<u>- 2,3</u>	<u>- 6,6</u>	<u>- 10,0</u>	<u>- 4,3</u>	<u>- 2,2</u>	<u>- 23,1</u>	<u>- 13,0</u>
EBIT des aufzugebenden Geschäftsbereiches	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	- 8,1	- 4,6
EBIT, Gesamt	<u>- 1,5</u>	<u>- 2,3</u>	<u>- 6,6</u>	<u>- 10,0</u>	<u>- 4,3</u>	<u>- 2,2</u>	<u>- 31,2</u>	<u>- 17,6</u>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 1,0	- 1,5	- 1,4	- 2,1	- 3,5	- 1,8	- 3,9	- 2,2
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	<u>- 2,5</u>	<u>- 3,9</u>	<u>- 7,9</u>	<u>- 11,9</u>	<u>- 7,7</u>	<u>- 3,9</u>	<u>- 34,9</u>	<u>- 19,7</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1,0	1,5	2,3	3,5	2,3	1,2	10,6	6,0
Fehlbetrag vor Ergebnisanteilen Dritter	- 1,5	- 2,4	- 5,6	- 8,4	- 5,4	- 2,7	- 24,3	- 13,7
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	- 0,1	- 0,1	0,0	0,0
Konzernfehlbetrag nach Ergebnisanteilen Dritter**	<u>- 1,5</u>	<u>- 2,4</u>	<u>- 5,6</u>	<u>- 8,4</u>	<u>- 5,5</u>	<u>- 2,8</u>	<u>- 24,3</u>	<u>- 13,7</u>
** davon: fortzuführender Geschäftsbereich	<u>- 1,5</u>	<u>- 2,3</u>	<u>- 5,6</u>	<u>- 8,5</u>	<u>- 5,5</u>	<u>- 2,8</u>	<u>- 16,2</u>	<u>- 9,1</u>
* nur fortzuführender Geschäftsbereich								
Unverwässertes Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich	- 0,14		- 0,71		- 0,53		- 2,06	
Zahl der ausgegebenen Aktien zum 30.09.	10.407.383		7.876.600		10.407.383		7.876.600	

KONZERNBILANZ 30. SEPTEMBER 2005

in Mio. Euro	30. Sep. 2005	31. Dez. 2004	30. Sep. 2004
Aktiva			
Anlagevermögen			
Immaterielle Vermögensgegenstände	6,0	6,1	8,7
Sachanlagen	39,1	44,3	47,6
Finanzanlagen	0,8	0,8	0,7
Anlagevermögen, Gesamt	<u>45,9</u>	<u>51,2</u>	<u>57,0</u>
Umlaufvermögen			
Vorräte	53,5	36,4	55,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	46,4	51,8	42,0
Andere kurzfristige Forderungen	2,8	6,1	4,4
Liquide Mittel	3,2	2,1	2,4
Umlaufvermögen, Gesamt	<u>105,9</u>	<u>96,4</u>	<u>104,4</u>
Latente Steuerforderungen	<u>28,0</u>	<u>24,9</u>	<u>25,8</u>
Vermögenswerte des aufzugebenden Geschäftsbereiches	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>	<u>1,1</u>
Summe Aktiva	<u>179,8</u>	<u>172,5</u>	<u>188,3</u>
Passiva			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	10,4	7,9	7,9
Kapitalrücklage	25,3	11,7	31,4
Andere Gewinnrücklagen	0,0	0,0	10,5
Ergebnisvortrag	- 5,7	- 0,2	- 25,1
Eigenkapital, Gesamt	<u>30,0</u>	<u>19,4</u>	<u>24,7</u>
Anteile in Fremdbesitz	<u>1,1</u>	<u>1,0</u>	<u>0,9</u>
Rückstellungen			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	36,0	36,2	36,2
Steuerrückstellungen	7,7	7,3	8,8
Sonstige Rückstellungen	39,0	43,4	42,7
Rückstellungen, Gesamt	<u>82,7</u>	<u>86,9</u>	<u>87,7</u>
Verbindlichkeiten			
Langfristige Schulden	6,9	10,5	10,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	48,3	21,7	35,9
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	9,9	32,0	26,4
Verbindlichkeiten, Gesamt	<u>65,1</u>	<u>64,2</u>	<u>72,6</u>
Rückstellungen und Verbindlichkeiten des aufzugebenden Geschäftsbereiches	<u>0,9</u>	<u>1,0</u>	<u>2,4</u>
Summe Passiva	<u>179,8</u>	<u>172,5</u>	<u>188,3</u>

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS SEPTEMBER 2005/2004

in Mio. Euro	2005	2004
Laufende Geschäftstätigkeit		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	- 7,7	- 26,8
Abschreibungen auf Anlagevermögen	15,2	16,5
Abnahme/Zunahme der Pensionsrückstellungen	- 0,2	0,2
Ertragsteuerzahlungen	- 0,2	- 0,4
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	<u>7,1</u>	<u>- 10,5</u>
Veränderung des Nettoumlaufvermögens		
Zunahme der Vorräte	- 17,1	- 12,5
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	8,7	25,6
Abnahme der Sonstigen Rückstellungen	- 4,4	- 4,6
Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	25,7	11,6
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	<u>12,9</u>	<u>20,1</u>
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	<u>20,0</u>	<u>9,6</u>
Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 9,8	- 10,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit	<u>- 9,8</u>	<u>- 10,9</u>
Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches	<u>10,2</u>	<u>- 1,3</u>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	<u>- 0,2</u>	<u>- 3,2</u>
Freier Cashflow, Gesamt	<u>10,0</u>	<u>- 4,5</u>
Finanzierungstätigkeit		
Abnahme des Ausgleichspostens für Anteile anderer Gesellschafter	0,0	- 0,2
Kapitalerhöhung	15,9	4,3
Tilgung von Krediten	0,0	- 8,9
Übernahme Pensionsrückstellungen von der Loewe Unterstützungskasse e.V.	0,0	8,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	<u>15,9</u>	<u>4,1</u>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>25,9</u>	<u>- 0,4</u>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	30. Sep. 2005	31. Dez. 2004	±
Liquide Mittel	3,2	2,1	1,1
Kurzfristige Bankschulden	- 0,7	- 25,5	24,8
Finanzmittelbestand	<u>2,5</u>	<u>- 23,4</u>	<u>25,9</u>

KONTAKTE

Loewe AG
Industriestraße 11
D-96317 Kronach

Postfach 1554
D-96305 Kronach

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

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

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

Telefon Zentrale: +49 (0) 92 61/99-0
Internet: www.loewe.de

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

Börsenhandel im Prime Segment

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



Industriestraße 11
D-96317 Kronach
www.loewe.de

Loewe Aktie:
Börsenkürzel: LOE
ISIN Code: DE 0006494107

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

LOEWE.