



## KONZERNBERICHT 1.– 3. QUARTAL DES GESCHÄFTSJAHRES 2006

- Umsatzwachstum um 23 % auf 241,5 Mio. Euro
- EBIT-Verbesserung um 13,5 Mio. Euro auf 9,2 Mio. Euro in den ersten neun Monaten
- Ausbau der individuellen Heimkino-Systemlösungen

**LOEWE.**

*Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,*

Loewe ist mit seinen individuellen Premium Produkten im Bereich Home Consumer Electronics auf gutem Weg, die führende Premiummarke in den europäischen Kernmärkten zu werden. Dabei profitieren wir aktuell von der anhaltend dynamischen Marktentwicklung bei großformatigen Flachdisplaygeräten in Europa. Darüber hinaus kann Loewe durch sein breites und attraktives Produktportfolio bei Heimkino-Lösungen seine Marktposition weiter ausbauen. Loewe hat den wertmäßigen Marktanteil im wichtigen LCD-Segment im europäischen Fachhandel von 4,6% (Januar bis September 2005) auf 4,8% (Januar bis September 2006) gesteigert.

Der Umsatz des Loewe Konzerns hat vor diesem Hintergrund in den ersten neun Monaten 2006 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 23% auf 241,5 Mio. Euro zugelegt. Wesentliche Ursache ist der zum Vorjahr um 65% auf 206,6 Mio. Euro gestiegene Umsatz mit Flat-TVs, der insbesondere von positiven Impulsen der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland profitierte.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) konnte in den ersten neun Monaten 2006 um 13,5 Mio. Euro auf 9,2 Mio. Euro verbessert werden. Die deutliche Ergebnisverbesserung ist vor allem auf unser gestiegenes Umsatz- und Produktionsvolumen, stabilere Verkaufspreise sowie den verbesserten Produktmix zurückzuführen.

Das Highlight des dritten Quartals 2006 war die für Loewe sehr erfolgreiche Internationale Funkausstellung (IFA) in Berlin. Im Mittelpunkt des diesjährigen Loewe Auftritts stand Individual Compose. Damit haben wir unsere erfolgreiche Produktlinie Individual um ein neuartiges Home Cinema-Konzept erweitert. Die beiden großformatigen, hochauflösenden LCD-TV-Geräte mit Full HD Panel, integriertem HDTV-Empfänger und integriertem Festplattenrecorder können in Design und Technik individuell konfiguriert werden. In Kombination mit dem eigens von Loewe für Individual Compose entwickelten Sound-System entsteht eine modulare, flexible und individuelle Home Cinema-Anlage der Spitzenklasse. Auch bei der IFA-Präsentation hat Loewe erfolgreich auf Individualität gesetzt. Edel und puristisch wirkte der über 2.000 Quadratmeter große, ganz in Weiß gestaltete Loewe Messestand. Mit klarer Markenbotschaft haben wir unseren hohen Anspruch unterstrichen, europäischer Marktführer bei hochwertigen und großformatigen Home Cinema-Lösungen zu werden. Der Loewe Auftritt fand bei Messebesuchern, Fachhändlern sowie in den Medien überzeugenden Anklang und brachte uns ein gestiegenes Ordervolumen gegenüber dem Vorjahr.



**Dr. Rainer Hecker**

Dipl.-Wirtschaftsingenieur  
Vorsitzender des Vorstands



**Gerhard Schaas**

Dipl.-Ingenieur  
Vorstand Technik



**Oliver Seidl**

Dipl.-Kaufmann  
Vorstand Finanzen

Neben einer Vielzahl von Designauszeichnungen und Testsiegen wurde Loewe zudem im dritten Quartal 2006 der international renommierte EISA Award für das Heimkino-System Loewe Individual verliehen. Diese hohe Anerkennung vergeben fast 50 europäische Fachzeitschriften der Consumer Electronics aus 19 Ländern, die in der European Imaging and Sound Association (EISA) zusammengeschlossen sind. Loewe Individual hat die Jury vor allem durch sein neuartiges Konzept überzeugt.

In den nächsten Monaten werden wir unsere Produkt- und Markenoffensive fortsetzen und innovative, hochwertige Heimkino-Lösungen am Markt einführen. Dabei konzentrieren wir uns auf großformatige TVs mit integriertem hochauflösendem Fernsehen (HDTV), ergänzt durch individuelle Lautsprecher-Systeme.

Durch die anhaltend dynamische Marktentwicklung bei großformatigen Flachdisplay-TVs in Europa, die zu erwartenden vorgezogenen Käufe aufgrund der geplanten Mehrwertsteuer-Erhöhung in Deutschland sowie das gestiegene Markenbewusstsein bei den Konsumenten wird sich die positive Aufwärtsentwicklung bei Loewe nachhaltig fortsetzen.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker  
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

## IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN\*

in Mio. Euro	3. Quartal 2006	3. Quartal 2005	± in %	1.-3. Quartal 2006	1.-3. Quartal 2005	± in %
Umsatz	70,2	65,8	7	241,5	197,0	23
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	1,1	- 1,5		9,2	- 4,3	
Überschuss/Fehlbetrag nach Anteilen Dritter	0,2	- 1,5		4,2	- 5,5	
Ergebnis je Aktie in Euro**	0,02	- 0,14		0,32	- 0,53	
Freier Cashflow	- 1,1	- 1,2		0,1	31,2	
Anzahl Mitarbeiter	959	918	4	966	934	3

\* Alle Angaben beziehen sich auf den fortzuführenden Geschäftsbereich.

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

\*\* bezogen auf die Anzahl der Aktien von insgesamt 13.009.229 Stück in 2006 (Vorjahr 10.407.383 Aktien)

### Umsatz wächst um 23 % auf 241,5 Mio. Euro

Der Umsatz mit Flachdisplaygeräten konnte in den ersten drei Quartalen um 81,3 Mio. Euro auf 206,6 Mio. Euro gesteigert werden. Bezogen auf die verkauften Fernsehgeräte ist der Umsatzanteil der Flat-TVs auf 97 % gestiegen, nach 75 % im Vorjahreszeitraum. Dagegen reduzierten sich die Umsätze mit Bildröhrengeräten um 35,2 Mio. Euro auf 6,6 Mio. Euro. Im zweiten Quartal 2006 wurde die Fertigung und der Verkauf von Bildröhrengeräten planmäßig beendet. Loewe konzentriert sich zukünftig ausschließlich auf das attraktive Premiumsegment im Markt für Flachdisplaygeräte und Heimkino-Lösungen.

### EBIT von 9,2 Mio. Euro erzielt

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in den ersten neun Monaten 2006 beträgt 9,2 Mio. Euro, nach -4,3 Mio. Euro im Vorjahr. Die EBIT-Verbesserung von 13,5 Mio. Euro ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen sowie den verbesserten Produktmix zurückzuführen. Der Konzerngewinn nach Ergebnisanteilen Dritter beläuft sich in den ersten drei Quartalen 2006 auf 4,2 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie auf 0,32 Euro.

### Positiver Freier Cashflow

In den ersten drei Quartalen 2006 wurde ein Freier Cashflow von 0,1 Mio. Euro erwirtschaftet. Dieser liegt wegen des vor allem wachstumsbedingt höheren Working Capital unter dem hohen Vorjahresvergleichswert.

### Leichter Anstieg der Mitarbeiterzahl

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl ist im Vorjahresvergleich um 32 auf 966 Personen gestiegen, weil das größere Geschäftsvolumen im Produktionsbereich die Einstellung von zusätzlichen Mitarbeitern erforderte.

## WEITERHIN DYNAMISCHES MARKTWACHSTUM

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik wuchs in den ersten neun Monaten 2006 gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum wertmäßig um 14%\*. Das mit Abstand wichtigste und weiterhin dynamisch wachsende Segment sind Fernsehgeräte, die um 33% zulegten. Dies ist ausschließlich auf das starke Wachstum bei Flachdisplaygeräten zurückzuführen. Im Zeitraum Januar bis September 2006 hat sich in Europa der Absatz und Umsatz mit LCD-Fernsehgeräten gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Dagegen ist der Umsatz mit Bildröhrengeräten weiterhin stark rückläufig. Der Umsatzanteil der Flachdisplaygeräte ist von 63% im Vorjahreszeitraum auf 83% in den ersten neun Monaten 2006 gestiegen. Die Fußball Weltmeisterschaft hat dem Markt für Unterhaltungselektronik deutliche Impulse gegeben. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006 hat sich das Marktwachstum im Juli/August etwas verlangsamt.

Die Preise für LCD-Geräte sind seit dem zweiten Quartal nach einer Phase mit relativer Preisstabilität wieder rückläufig, da sich die Versorgungssituation bei LCD-Panels normalisiert hat. Im Vorjahresvergleich ist ein deutlich niedrigeres Preisniveau festzustellen aufgrund der starken Preiserosion im weiteren Lauf des Jahres 2005. In den wichtigen 32" und 40" Segmenten haben sich die LCD-TVs um 26% beziehungsweise 24% gegenüber dem Vorjahr verbilligt. Besonders stark sind die Preise im Vorjahresvergleich in den Bilddiagonalen 37", 42" und 46" gesunken. Hier lag der Preisrückgang zwischen 30% und 39%. Weiterhin rückläufig sind die Preise bei HD-Plasma-TVs, die bei Geräten mit 42"/43" Bilddiagonale um 30% unter den Vorjahreswerten liegen.

In allen wichtigen Ländern in Europa ist der Markt für TV-Geräte im Zeitraum Januar bis September 2006 zweistellig gestiegen. Das stärkste Wachstum ist in Frankreich (+41%), Großbritannien (+39%) und Spanien (+36%) zu verzeichnen. Das Wachstum in dem für Loewe wichtigen deutschen Markt lag mit 29% leicht unter dem europäischen Durchschnitt.

Der wertmäßige Marktanteil von Loewe für alle Displaytechnologien im europäischen Fachhandel liegt im Zeitraum Januar bis September 2006 mit 3,9% leicht unter dem Vorjahresniveau. In dem wichtigen LCD-Segment konnte Loewe den Marktanteil von 4,6% auf 4,8% steigern. Bei Plasma-TVs sank der Marktanteil geringfügig von 2,1% auf 1,8%. Durch die Einstellung der Produktion im zweiten Quartal 2006 sinkt der Loewe Marktanteil bei Bildröhrengeräten erwartungsgemäß von 5,2% auf 3,3%. In den Märkten Großbritannien und Frankreich, die 42% des europäischen TV-Marktes repräsentieren, konnte Loewe die Marktanteile leicht steigern.

## LOEWE UMSATZ WÄCHST UM 23 %

Die weiterhin dynamische Marktentwicklung bei Flachdisplaygeräten, das breitere Loewe Produktportfolio sowie positive Impulse durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland ermöglichten in den ersten drei Quartalen 2006 einen Anstieg des Umsatzes um 44,5 Mio. Euro oder 23% auf 241,5 Mio. Euro. Im dritten Quartal wurde der Umsatz um 7% auf 70,2 Mio. Euro gesteigert, obwohl im Vorjahr noch Bildröhrengeräte (CRT)- und Sharp OEM TV-Umsätze in Höhe von 16,3 Mio. Euro enthalten waren. Loewe liefert an Sharp weiterhin hochwertige Baugruppen, die vorwiegend im gemeinsamen Joint Development Center am Standort Kronach entwickelt werden.

\* Alle Marktdaten beziehen sich auf den im europäischen Elektrofach-Einzelhandel erzielten Umsatz im Zeitraum Januar bis September 2006. Quelle ist die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK).

### Umsatzstruktur nach Produktbereichen

in Mio. Euro	3. Quartal 2006	3. Quartal 2005	± in %	1.-3. Quartal 2006	1.-3. Quartal 2005	± in %
Flachbild	62,3	42,3	47	206,6	125,3	65
– LCD	57,5	38,0	51	183,7	106,8	72
– Plasma/Rückpro	4,8	4,4	9	22,9	18,6	23
Bildröhren		10,1		6,6	41,8	– 84
<b>Summe</b>						
<b>Fernsehgeräte Loewe</b>	<b><u>62,3</u></b>	<b><u>52,4</u></b>	<b><u>19</u></b>	<b><u>213,2</u></b>	<b><u>167,1</u></b>	<b><u>28</u></b>
Fernsehgeräte (non branded)		6,2		4,8	6,2	– 23
Sonstiges	7,9	7,2	10	23,5	23,7	– 1
<b>Umsatz, Gesamt</b>	<b><u>70,2</u></b>	<b><u>65,8</u></b>	<b><u>7</u></b>	<b><u>241,5</u></b>	<b><u>197,0</u></b>	<b><u>23</u></b>
davon: Loewe Inland	35,6	34,4	3	110,1	96,6	14
davon: Loewe Ausland	34,6	25,2	37	126,6	94,2	34
davon: non-branded		6,2		4,8	6,2	

Hauptumsatzträger bei Loewe sind weiterhin Fernsehgeräte, die fast 90 % des Gesamtumsatzes repräsentieren. Im dritten Quartal 2006 sind die Verkäufe von Fernsehgeräten der Marke Loewe um 19 % auf 62,3 Mio. Euro gestiegen. Der Wegfall der Umsätze mit Bildröhrengeräten konnte durch die um 47 % höheren Umsätze mit Flachbildgeräten deutlich überkompensiert werden. Die Preisrückgänge bei Flachbildgeräten konnten durch ein besseres Produktmix ausgeglichen werden, da die um 36 % gestiegene Absatzmenge hauptsächlich hochpreisige, großformatige LCD-Geräte mit einer Bilddiagonale ab 32" betrifft.

Die Verkäufe von Plasma-Fernsehern haben sich in den ersten neun Monaten 2006 mit einer Steigerung um 23 % gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres positiv entwickelt. Die geringe Steigerung im dritten Quartal 2006 resultiert aus dem Auslauf des Spheros 42 im dritten Quartal 2005.

Die Herstellung von Bildröhrengeräten wurde im zweiten Quartal 2006 planmäßig eingestellt. Der Umsatz der Bildröhrengeräte beträgt 6,6 Mio. Euro für 2006 und liegt damit um 35,2 Mio. Euro unter dem Vorjahr. Zukünftig sind aus dem Geschäft mit Bildröhrenfernsehern keine Ergebniseffekte zu erwarten.

Die wesentlichen Wachstumsimpulse im dritten Quartal kamen aus dem Ausland. So konnten die Auslandsumsätze um 37 % auf 34,6 Mio. Euro gesteigert werden. Besonders positiv war die Entwicklung in Spanien, Italien und Skandinavien. Dort konnte das Geschäftsvolumen gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich ausgeweitet werden. In den ersten drei Quartalen 2006 betrug das Auslandswachstum 34 % und konzentrierte sich auf unsere Kernmärkte in Westeuropa. In Deutschland, dem für Loewe wichtigsten Absatzmarkt, wurde der Umsatz im dritten Quartal um 3 % auf 35,6 Mio. Euro und im Zeitraum Januar bis September um 14 % auf 110,1 Mio. Euro gesteigert.

## OPERATIVES ERGEBNIS STEIGT AUF 9,2 MIO. EURO

Nach einem EBIT von –4,3 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres konnte in den ersten drei Quartalen 2006 eine Ergebnisverbesserung um 13,5 Mio. Euro auf 9,2 Mio. Euro erreicht werden. Im dritten Quartal 2006 konnte gegenüber dem Verlust von 1,5 Mio. Euro im Vorjahresquartal ein positives EBIT in Höhe von 1,1 Mio. Euro erzielt werden. Der deutliche Ergebniszuwachs ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen sowie ein besseres Produktmix zurückzuführen.

Insbesondere der gestiegene Anteil margenstarker Flachdisplaygeräte, geringere Einkaufspreise und die verbesserte Fixkostendeckung der Bereiche Produktion, Entwicklung und Qualität ermöglichten einen Anstieg des Bruttoergebnisses um 17,9 Mio. Euro auf 57,4 Mio. Euro. Die Bruttoergebnismarge verbesserte sich hierdurch von 20,1% auf 23,8% und liegt im dritten Quartal mit 22,1% um 3,0 Prozentpunkte höher als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Der Anstieg der Marketing- und Vertriebskosten um 3,7 Mio. Euro resultiert hauptsächlich aus höheren umsatzabhängigen Kosten. In den ersten drei Quartalen 2006 repräsentieren die Marketing- und Vertriebskosten 17,0% des Gesamtumsatzes gegenüber 18,9% im Vorjahreszeitraum.

Die Verwaltungskosten liegen leicht über dem Vorjahreswert. In Relation zum Umsatz ging ihr Anteil von 2,6% auf 2,4% zurück.

Das Sonstige betriebliche Ergebnis in Höhe von –1,4 Mio. Euro betrifft im Wesentlichen eine einmalige Sonderzahlung an die Hausbanken im Zusammenhang mit der Beendigung des Sicherheitenpools zum 28. Februar 2006.

Das Zinsergebnis konnte aufgrund der verbesserten Kapitalausstattung im Zeitraum Januar bis September 2006 um 1,4 Mio. Euro auf –2,0 Mio. Euro verbessert werden.

## HÖHERE INVESTITIONEN

### Investitionen und Abschreibungen

in Mio. Euro	1.–3. Quartal 2006		1.–3. Quartal 2005	
	Investition	Abschreibung	Investition	Abschreibung
Immaterielle Vermögensgegenstände	4,3	4,5	5,3	5,5
Sachanlagen	8,3	7,2	4,5	9,7
Finanzanlagen	0,0	0,0	0,1	0,0
<b>Gesamt</b>	<b><u>12,6</u></b>	<b><u>11,7</u></b>	<b><u>9,9</u></b>	<b><u>15,2</u></b>

Die Investitionen in den ersten drei Quartalen 2006 lagen mit 12,6 Mio. Euro um 2,7 Mio. Euro über dem Vorjahr. Sie betreffen im Wesentlichen die Anschaffung einer neuen automatischen Bestückungsanlage (1,8 Mio. Euro), Werkzeuge für neue Produkte (4,0 Mio. Euro) und die aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (4,1 Mio. Euro).

## SOLIDE BILANZSTRUKTUR

### Wesentliche Bilanzpositionen

in Mio. Euro	30. Sep. 2006	31. Dez. 2005	30. Sep. 2005
Langfristige Vermögenswerte	67,8	67,9	74,5
Kurzfristige Vermögenswerte	144,2	144,9	105,3
Vermögenswerte des eingestellten Geschäftsbereiches	0,0	0,1	0,0
<b>Summe Aktiva</b>	<b><u>212,0</u></b>	<b><u>212,9</u></b>	<b><u>179,8</u></b>
Eigenkapital inkl. Anteile in Fremdbesitz	63,7	59,2	31,1
Langfristige Schulden	54,7	58,4	54,6
Kurzfristige Schulden	93,2	94,5	93,2
Lang-/kurzfristige Schulden des eingestellten Geschäftsbereiches	0,4	0,8	0,9
<b>Summe Passiva</b>	<b><u>212,0</u></b>	<b><u>212,9</u></b>	<b><u>179,8</u></b>

Die Bilanzstruktur zum 30. September 2006 hat sich im Vorjahresvergleich durch die Kapitalerhöhung Ende 2005 deutlich verbessert. Darüber hinaus wurde durch den Jahresüberschuss die Eigenkapitalbasis seit dem 31. Dezember 2005 auf 63,7 Mio. Euro weiter gestärkt. Die Eigenkapitalquote zum 30. September 2006 beträgt 30%.

## Nettoumlaufvermögen

in Mio. Euro	30. Sep. 2006	31. Dez. 2005	30. Sep. 2005
Vorräte	72,5	39,5	53,5
davon: Fabrikvorräte	33,7	22,6	31,9
davon: Fertigwarenvorräte inkl. Servicevorräte	38,8	16,9	21,6
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	65,6	93,5	55,6
Sonstige Rückstellungen	- 38,6	- 34,2	- 27,4
Lieferungsverbindlichkeiten, andere Passiva	- 48,9	- 50,9	- 53,8
<b>Gesamt</b>	<b><u>50,6</u></b>	<b><u>47,9</u></b>	<b><u>27,9</u></b>

Das Nettoumlaufvermögen hat sich gegenüber dem Stand zum 30. September 2005 um 22,7 Mio. Euro erhöht. Hauptursachen sind der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund des höheren Umsatzniveaus und der Anstieg des Vorratsvermögens. Zum 30. September und zum Jahresende 2005 waren die Vorräte aufgrund von Lieferengpässen außergewöhnlich niedrig. Die Höhe der Fertigwarenvorräte hat sich in 2006 normalisiert. Um eine ausreichende Warenverfügbarkeit für die Hauptsaison zu gewährleisten, wurden die Fertigwarenvorräte im dritten Quartal gegenüber dem Stand zum 30. Juni 2006 um 11,1 Mio. Euro aufgebaut.

Die Sonstigen Rückstellungen betreffen vor allem Bonusvereinbarungen und Gewährleistungen. Diese liegen aufgrund des gestiegenen Umsatzes über dem Vorjahreswert. Die niedrigeren Lieferungsverbindlichkeiten resultieren hauptsächlich aus günstigeren Einkaufspreisen und kürzeren Zahlungszielen durch den Einsatz von zusätzlichen Panellieferanten.

## Eigenkapital

in Mio. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Bilanz- ergebnis	Eigen- kapital Konzern	Anteile in Fremd- besitz	Eigen- kapital Gesamt
Stand am 31. 12. 2004	7,9	11,7	- 0,2	19,4	1,0	20,4
Kapitalerhöhung 1. Halbjahr	2,5	13,6		16,1		16,1
Fehlbetrag 1.-3. Quartal 2005			- 5,5	- 5,5	0,1	- 5,4
<b>Stand am 30.09.2005</b>	<b><u>10,4</u></b>	<b><u>25,3</u></b>	<b><u>- 5,7</u></b>	<b><u>30,0</u></b>	<b><u>1,1</u></b>	<b><u>31,1</u></b>
Kapitalerhöhung 4. Quartal	2,6	21,7		24,3		24,3
Überschuss 4. Quartal 2005			3,6	3,6	0,2	3,8
<b>Stand am 31.12.2005</b>	<b><u>13,0</u></b>	<b><u>47,0</u></b>	<b><u>- 2,1</u></b>	<b><u>57,9</u></b>	<b><u>1,3</u></b>	<b><u>59,2</u></b>
Überschuss 1.-3. Quartal 2006			4,2	4,2	0,3	4,5
<b>Stand am 30.09.2006</b>	<b><u>13,0</u></b>	<b><u>47,0</u></b>	<b><u>2,1</u></b>	<b><u>62,1</u></b>	<b><u>1,6</u></b>	<b><u>63,7</u></b>

Durch den Überschuss in den ersten drei Quartalen 2006 hat sich das Eigenkapital um 4,5 Mio. Euro verbessert.

## POSITIVER FREIER CASHFLOW

### Cashflow

in Mio. Euro	1.-3. Quartal	1.-3. Quartal
	2006	2005
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	12,7	41,1
Investitionstätigkeit	- 12,6	- 9,9
<b>Freier Cashflow</b>	<b><u>0,1</u></b>	<b><u>31,2</u></b>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	- 0,3	- 0,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 4,7	15,9
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>- 4,9</u></b>	<b><u>46,9</u></b>

In ersten drei Quartalen 2006 wurde ein Freier Cashflow von 0,1 Mio. Euro erwirtschaftet. Durch den Vorratsaufbau und die wachstumsbedingt höheren Forderungen liegt der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit trotz der erzielten Ergebnisverbesserung um 28,4 Mio. Euro unter dem Vorjahresvergleichswert.

Durch die Tilgung langfristiger Kredite beträgt der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit -4,7 Mio. Euro. Insgesamt hat sich der Finanzmittelbestand gegenüber dem Jahresanfang um 4,9 Mio. Euro reduziert.

## FINANZIERUNG

### Finanzierung

in Mio. Euro	30. Sep.	31. Dez.	30. Sep.
	2006	2005	2005
Langfristige Kredite	- 4,7	- 6,5	- 7,0
Kurzfristiger Teil der langfristigen Kredite	- 1,1	- 4,0	- 3,7
<b>Zwischensumme Kredite</b>	<b><u>- 5,8</u></b>	<b><u>- 10,5</u></b>	<b><u>- 10,7</u></b>
Liquide Mittel	6,8	15,3	3,2
Kontokorrentkredite	- 0,1	- 1,4	- 0,7
Inanspruchnahme Factoring	- 0,4	- 2,8	- 6,4
<b>Zwischensumme Finanzmittelbestand</b>	<b><u>6,3</u></b>	<b><u>11,1</u></b>	<b><u>- 3,9</u></b>
<b>Finanzierung Gesamt</b>	<b><u>0,5</u></b>	<b><u>0,6</u></b>	<b><u>- 14,6</u></b>

Zum 30. September 2006 übersteigen die liquiden Mittel die kurz- und langfristigen Bankschulden. Einschließlich der im geringeren Umfang genutzten Factoringmöglichkeiten ergibt sich ein positiver Finanzierungssaldo von 0,5 Mio. Euro.

## ENTWICKLUNG UND PRODUKTION

Die Entwicklungsaktivitäten im dritten Quartal waren geprägt durch die Internationale Funkausstellung 2006 in Berlin, die erstmalig im Einjahresrhythmus stattgefunden hat. Das kommunikative Highlight der IFA – die neue Produktlinie Individual Compose – konnte messegerecht mit allen Funktionen präsentiert werden. Ein wichtiges technologisches Feature von Individual Compose ist der integrierte HDTV-Empfänger und der weiterentwickelte integrierte Festplattenrekorder DR<sup>+</sup>, der sowohl HDTV- als auch Standard Definition (SD)-TV-Aufnahmen ermöglicht. In Kombination mit den von Loewe entwickelten und optisch auf die Produktfamilie Individual abgestimmten Audio-Lösungen entsteht ein flexibles und individuelles Home Cinema-System.

Darüber hinaus wurde die Produktoffensive im großformatigen Bereich mit der Markteinführung von Individual 40 Selection fortgeführt. Hier wurde erstmalig die Loewe Bildverbesserungstechnologie Image<sup>+</sup> mit der Funktion DynamicContrast erweitert, die eine bildabhängige Backlightsteuerung ermöglicht und so zu einer dynamischen Kontrastverbesserung führt.

Die Software-Entwicklung für die neue HDTV-Plattform wurde mit höchster Priorität fortgeführt. Mittlerweile sind die neuesten Software-Versionen integriert und alle geforderten Leistungsmerkmale implementiert. Für die neue Systemfernbedienung Assist wurde die Serienfreigabe erteilt. Voruntersuchungen für eine weitere High-End-Variante von Assist wurden abgeschlossen und Vorgaben für das Design festgelegt.

Der Großteil der auf der IFA gezeigten großformatigen Geräte läuft auf dem im Joint Development Center mit Sharp entwickeltem Chassis L2700. Wichtige neue Funktionen, wie beispielsweise Harddisk-Recording mit HDTV-Signalen oder der digitale Speicherkartenleser für Fotos über USB-Schnittstelle konnten der Öffentlichkeit vorgestellt werden.

## MARKETING UND VERTRIEB

Der Auftritt von Loewe auf der Internationalen Funkausstellung 2006 in Berlin hatte das Ziel, die Weiterentwicklung der Marke und damit ihre führende Stellung im Heimkino-Markt deutlich sichtbar zu machen. Loewe demonstrierte eindrucksvoll seine Kompetenz in der Verbindung von Premium Bild und Premium Sound. Höhepunkte waren der Loewe Individual Compose 40 und 46 mit integriertem HDTV-Empfänger. Mit den beiden neuen, großformatigen und hochauflösenden LCD-TV-Geräten mit Full-HD-Panel stellte Loewe ein Home Cinema-Konzept vor, das die erfolgreiche Produktlinie Loewe Individual weiter verstärkt. Die einzigartige Innovation dabei: ein modulares Sound-Konzept, das von einer 2.0 Stereolösung bis hin zum 5.1 Home Cinema System anspruchsvollsten Premium Sound in allen Größenklassen ermöglicht. Die neue Flat-TV Generation ist nicht nur individualisierbar in Bezug auf Materialien, Farben, Aufstelllösungen und Techniken. Erstmals bietet Loewe für einen Flat-TV auch modulare Center- und Stereospeaker an und perfektioniert damit die Möglichkeiten individueller Premium TV-Kompositionen.

Das Motto des Loewe IFA-Auftritts 2006 – „Das haben Ihre Ohren noch nie gesehen“ – kommunizierte die neue Loewe Kompetenz im Bereich hochwertiger Audiolösungen sowie deren einzigartige Verbindung mit hochwertigem Bild. Dazu wurden auf einer 60 Meter langen Soundallee und in einer zentralen Soundlounge individuelle Lautsprecher-Szenen aufgebaut, die ein außergewöhnliches Raumerlebnis ermöglichten.

Ein zusätzliches Highlight wurde den Fachbesuchern im Loewe Händlerbereich angeboten. Hier präsentierte ein prototypischer Showroom die Vorzüge des neuen Loewe Auftritts am Point of Sale. Von der Außendarstellung über das Schaufenster bis hin zur Produktpräsentation und Kommunikation wurde demonstriert, wie ein Loewe Markenauftritt im Fachhandel zukünftig aussehen muss, um das Loewe Premium Profil weiter zu schärfen. Dass sich eine Loewe markenkonforme Präsentation im Verkaufsraum auch für Händler auszahlt, wurde bereits im Vorfeld der IFA bewiesen. So konnten Loewe Galerien mit neuem Shop-System den Umsatz mit Loewe Produkten deutlich stärker steigern.

Auch vertriebsseitig war das dritte Quartal ganz wesentlich durch die IFA geprägt. Alle wichtigen Fachhändler aus Deutschland besuchten den Loewe Messestand. Die Aufträge lagen deutlich über dem Niveau des Vorjahres und leisteten damit einen wesentlichen Beitrag zu einem erfolgreichen Saisonstart. Neben den Fachhandelsbesuchern aus dem Inland kamen zusätzlich Messebesucher aus allen wichtigen Loewe Märkten nach Berlin.

Der Auftritt von Loewe auf der IFA 2006 fand bei Publikum, Fachbesuchern sowie den Medien hervorragende Akzeptanz. Für Loewe ist dies zum einen ein Beleg dafür, dass die Premiumstrategie greift und konsequent weiter beschritten werden muss. Zum anderen ist es Motivation, auch im vierten Quartal die positive Stimmung zu nutzen und zum Saisongeschäft entscheidende Anteile im Markt zu erreichen.

#### **MITARBEITERZAHL LEICHT GESTIEGEN**

Gegenüber den ersten drei Quartalen 2005 ist die Mitarbeiterzahl von 934 auf 966 Personen gestiegen. Die Anzahl der Mitarbeiter im Produktionsbereich wurde wegen des höheren Kapazitätsbedarfs um rund 39 Personen erhöht. Außerhalb der Fertigung liegt der Mitarbeiterbestand leicht unter dem Vorjahresniveau.

#### **CHANCEN UND RISIKEN DER KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG**

Die wesentlichen Chancen der Gesellschaft liegen in der erfolgreichen Positionierung als Premiumanbieter in dem schnell wachsenden Markt für Flachdisplaygeräte in Europa. In den nächsten Jahren werden sehr viele Haushalte ihre Bildröhrengeräte durch Flachdisplaygeräte ersetzen. Dieser Trend dürfte durch die zunehmende Verbreitung von digitalen Übertragungen und HDTV-Inhalten (hochauflösendes Fernsehen), wodurch eine deutlich verbesserte Bildqualität möglich wird, noch verstärkt werden. Loewe hatte im Bildröhrenmarkt über viele Jahre eine überzeugende Premiumpositionierung eingenommen, und sieht eine große Chance für eine vergleichbare Position im reiferen Markt für Flachdisplaygeräte. Damit sollte es möglich sein, die historischen Spitzenwerte bei Umsatz und Ergebnis zu übertreffen.

Die wesentlichen Risiken liegen in der nachhaltigen Positionierung eines wettbewerbsfähigen Flachdisplaysortiments im Premiumsegment. Dazu ist sicherzustellen, dass Loewe auch weiterhin neben der attraktiven Gestaltung der Produkte technologische Differenzierungspotenziale realisieren wird. Darüber hinaus sind insbesondere bei den vergleichsweise teuren, in Fernost beschafften LCD- und Plasmapanels attraktive Beschaffungskonditionen und eine ausreichende Materialverfügbarkeit von großer Bedeutung.

Der ausführliche Prognose- und Risikobericht ist im Geschäftsbericht für das Jahr 2005 auf den Seiten 43 bis 49 abgedruckt. Grundlegende Veränderungen gegenüber dem Vorjahr haben sich in den ersten neun Monaten 2006 nicht ergeben.

## SONSTIGE ANGABEN

Zum 30. September 2006 waren, gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2005 unverändert, 632.061 Aktien der Loewe AG in den Händen des Vorstands.

Wesentliche Ereignisse nach Quartalsende sind nicht eingetreten.

## AUSBLICK AUF DAS GESAMTJAHR 2006

Das erfolgreiche erste Halbjahr 2006 war im Wesentlichen durch die positiven Impulse der Fußball Weltmeisterschaft geprägt. Nach den erwartungsgemäß schwächeren Sommermonaten Juli und August konnte insbesondere aufgrund der für Loewe erfolgreich verlaufenen Internationalen Funkausstellung in Berlin das Ergebnis im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Unter der Voraussetzung, dass die positiven Marktprognosen für das vierte Quartal 2006 eintreten, erwarten wir für das laufende Geschäftsjahr 2006 durch die hohe Marktakzeptanz der hochwertigen Loewe Heimkino-Lösungen sowie den anhaltenden Trend zu großformatigen, margenstarken Flachdisplaygeräten nun ein EBIT von rund 12 Mio. Euro. Beim Umsatz rechnen wir weiterhin mit einem Wachstum auf 340 bis 350 Mio. Euro.

Kronach, den 7. November 2006

Der Vorstand



Dr. R. Hecker



G. Schaas



O. Seidl

**KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG JANUAR BIS SEPTEMBER 2006**

	Juli – September 2006		Juli – September 2005		Januar – September 2006		Januar – September 2005	
	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%
Umsatzerlöse	70,2	100,0	65,8	100,0	241,5	100,0	197,0	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 54,7	- 77,9	- 53,2	- 80,9	- 184,1	- 76,2	- 157,5	- 79,9
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b><u>15,5</u></b>	<b><u>22,1</u></b>	<b><u>12,6</u></b>	<b><u>19,1</u></b>	<b><u>57,4</u></b>	<b><u>23,8</u></b>	<b><u>39,5</u></b>	<b><u>20,1</u></b>
Marketing- und Vertriebskosten	- 12,6	- 17,9	- 12,6	- 19,1	- 41,0	- 17,0	- 37,3	- 18,9
Allgemeine Verwaltungskosten	- 1,8	- 2,6	- 1,4	- 2,2	- 5,8	- 2,4	- 5,1	- 2,6
Sonstiges betriebliches Ergebnis	0,0	0,0	- 0,1	- 0,2	- 1,4	- 0,6	- 1,4	- 0,7
<b>Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)</b>	<b><u>1,1</u></b>	<b><u>1,6</u></b>	<b><u>- 1,5</u></b>	<b><u>- 2,4</u></b>	<b><u>9,2</u></b>	<b><u>3,8</u></b>	<b><u>- 4,3</u></b>	<b><u>- 2,1</u></b>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 0,6	- 0,8	- 1,0	- 1,5	- 2,2	- 0,9	- 3,5	- 1,8
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)</b>	<b><u>0,5</u></b>	<b><u>0,8</u></b>	<b><u>- 2,5</u></b>	<b><u>- 3,9</u></b>	<b><u>7,2</u></b>	<b><u>3,0</u></b>	<b><u>- 7,7</u></b>	<b><u>- 3,9</u></b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 0,2	- 0,3	1,0	1,5	- 2,7	- 1,1	2,3	1,2
<b>Konzernüberschuss/-fehlbetrag vor Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b><u>0,3</u></b>	<b><u>0,5</u></b>	<b><u>- 1,5</u></b>	<b><u>- 2,4</u></b>	<b><u>4,5</u></b>	<b><u>1,9</u></b>	<b><u>- 5,4</u></b>	<b><u>- 2,7</u></b>
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 0,1	- 0,1	0,0	0,0	- 0,3	- 0,1	- 0,1	- 0,1
<b>Konzernüberschuss/-fehlbetrag nach Ergebnisanteilen Dritter</b>	<b><u>0,2</u></b>	<b><u>0,4</u></b>	<b><u>- 1,5</u></b>	<b><u>- 2,4</u></b>	<b><u>4,2</u></b>	<b><u>1,8</u></b>	<b><u>- 5,5</u></b>	<b><u>- 2,8</u></b>
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich	0,02		- 0,14		0,32		- 0,53	
Zahl der ausgegebenen Aktien zum 30.09.	13.009		10.407		13.009		10.407	

**KONZERNBILANZ 30. SEPTEMBER 2006**

in Mio. Euro	30. Sep. 2006	31. Dez. 2005	30. Sep. 2005
<b>Aktiva</b>			
<b>Langfristige Vermögenswerte*</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände	5,7	6,0	6,0
Sachanlagen	36,1	34,8	39,1
Finanzanlagen	0,7	0,8	0,8
Andere Forderungen	0,6	0,6	0,6
Latente Steuerforderungen	24,7	25,7	28,0
<b>Langfristige Vermögenswerte, Gesamt</b>	<b><u>67,8</u></b>	<b><u>67,9</u></b>	<b><u>74,5</u></b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte*</b>			
Vorräte	72,5	39,5	53,5
– Fabrikvorräte	33,7	22,6	31,9
– Fertigwarenvorräte inkl. Servicevorräte	38,8	16,9	21,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	60,2	88,1	46,4
Andere Forderungen	4,7	2,0	2,2
Liquide Mittel	6,8	15,3	3,2
<b>Kurzfristige Vermögenswerte, Gesamt</b>	<b><u>144,2</u></b>	<b><u>144,9</u></b>	<b><u>105,3</u></b>
<b>Vermögenswerte des aufgegebenen Geschäftsbereiches</b>	<b><u>0,0</u></b>	<b><u>0,1</u></b>	<b><u>0,0</u></b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b><u>212,0</u></b>	<b><u>212,9</u></b>	<b><u>179,8</u></b>
<b>Passiva</b>			
<b>Eigenkapital</b>			
<b>Anteile des Konzerns</b>			
Gezeichnetes Kapital	13,0	13,0	10,4
Kapitalrücklage	47,0	47,0	25,3
Bilanzgewinn/-verlust	2,1	– 2,1	– 5,7
	<b><u>62,1</u></b>	<b><u>57,9</u></b>	<b><u>30,0</u></b>
<b>Anteile in Fremdbesitz</b>	<b><u>1,6</u></b>	<b><u>1,3</u></b>	<b><u>1,1</u></b>
	<b><u>63,7</u></b>	<b><u>59,2</u></b>	<b><u>31,1</u></b>
<b>Langfristige Schulden*</b>			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	37,1	36,8	36,0
Sonstige Rückstellungen	12,9	15,1	11,6
Finanzverbindlichkeiten	4,7	6,5	7,0
<b>Langfristige Schulden, Gesamt</b>	<b><u>54,7</u></b>	<b><u>58,4</u></b>	<b><u>54,6</u></b>
<b>Kurzfristige Schulden*</b>			
Steuerrückstellungen	4,4	4,0	7,7
Sonstige Rückstellungen	38,6	34,2	27,4
Finanzverbindlichkeiten	1,2	5,4	4,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	44,9	44,7	48,3
Sonstige Verbindlichkeiten	4,1	6,2	5,4
<b>Kurzfristige Schulden, Gesamt</b>	<b><u>93,2</u></b>	<b><u>94,5</u></b>	<b><u>93,2</u></b>
<b>Rückstellungen und Verbindlichkeiten des aufgegebenen Geschäftsbereiches</b>	<b><u>0,4</u></b>	<b><u>0,8</u></b>	<b><u>0,9</u></b>
<b>Summe Passiva</b>	<b><u>212,0</u></b>	<b><u>212,9</u></b>	<b><u>179,8</u></b>

\* des fortzuführenden Geschäftsbereiches

## KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS SEPTEMBER 2006/2005

in Mio. Euro	2006	2005
<b>Laufende Geschäftstätigkeit</b>		
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	9,2	- 4,3
Geleistete Zinszahlungen	- 2,0	- 3,4
Abschreibungen auf Anlagevermögen	11,7	15,2
Abnahme der langfristigen Rückstellungen	- 2,2	0,0
Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	0,3	- 0,2
Ertragsteuerzahlungen	- 1,6	- 0,2
<b>Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen</b>	<b><u>15,4</u></b>	<b><u>7,1</u></b>
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>		
Zunahme der Vorräte	- 33,0	- 17,1
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	27,9	29,8
Zunahme/Abnahme der sonstigen Rückstellungen	4,4	- 4,5
Abnahme/Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 2,0	25,8
<b>Veränderung des Nettoumlaufvermögens</b>	<b><u>- 2,7</u></b>	<b><u>34,0</u></b>
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b><u>12,7</u></b>	<b><u>41,1</u></b>
<b>Investitionstätigkeit</b>		
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 12,6	- 9,9
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b><u>- 12,6</u></b>	<b><u>- 9,9</u></b>
<b>Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches</b>	<b>0,1</b>	<b>31,2</b>
<b>Freier Cashflow des aufgegebenen Geschäftsbereiches</b>	<b>- 0,3</b>	<b>- 0,2</b>
<b>Freier Cashflow, Gesamt</b>	<b><u>- 0,2</u></b>	<b><u>31,0</u></b>
<b>Finanzierungstätigkeit</b>		
Kapitalerhöhung	0,0	15,9
Tilgung von Krediten	- 4,7	0,0
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b><u>- 4,7</u></b>	<b><u>15,9</u></b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands</b>	<b><u>- 4,9</u></b>	<b><u>46,9</u></b>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	30. Sep. 2006	31. Dez. 2005	±
Liquide Mittel	6,8	15,3	- 8,5
Kontokorrentkredite	- 0,1	- 1,4	1,3
Inanspruchnahme aus Factoring	- 0,5	- 2,8	2,3
<b>Finanzmittelbestand</b>	<b><u>6,2</u></b>	<b><u>11,1</u></b>	<b><u>- 4,9</u></b>

## 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](mailto:ir@loewe.de)  
Telefax: +49 (0) 92 61/99-994

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

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

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

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

Loewe Aktie:  
Börsenkürzel: LOE  
ISIN Code: DE 0006494107

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

**LOEWE.**