



KONZERNBERICHT

1. HALBJAHR DES GESCHÄFTSJAHRES 2006

- Umsatzwachstum von 31% auf 171,3 Mio. Euro
- EBIT-Verbesserung um 10,9 Mio. Euro auf 8,1 Mio. Euro im ersten Halbjahr
- Fokus auf Flachbildgeräte, Fertigung von Bildröhrengeräten planmäßig beendet

LOEWE.



■ **Gerhard Schaas**
Dipl.-Ingenieur
Vorstand Technik

■ **Dr. Rainer Hecker**
Dipl.-Wirtschaftsingenieur
Vorsitzender des Vorstands

■ **Dr. Burkhard Bamberger**
Dipl.-Kaufmann
Vorstand Finanzen

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Loewe hat sich in den letzten sechs Monaten sehr positiv entwickelt. Dank unseres attraktiven Produktportfolios bei großformatigen Flachdisplaygeräten können wir verstärkt von der anhaltend dynamischen Marktentwicklung der neuen Displaytechnologien in Europa profitieren. Zudem haben wir auch im zweiten Quartal 2006 die positiven Nachfrageimpulse durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland sehr gut nutzen können. Loewe wächst nach wie vor stärker als der Markt und steigerte im wichtigen LCD-Segment den wertmäßigen Marktanteil im europäischen Fachhandel von 4,5% (Januar bis Juni 2005) auf 5,0% (Januar bis Juni 2006).

Der Umsatz des Loewe Konzerns hat vor diesem Hintergrund im ersten Halbjahr 2006 um 31% auf 171,3 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zugelegt. Hauptursache sind die zum Vorjahr um 74% auf 144,3 Mio. Euro gestiegenen Umsätze mit Flat-TVs, die den Rückgang bei Bildröhrengeräten deutlich überkompensierten. Loewe hat im zweiten Quartal 2006 die Fertigung und den Verkauf von Bildröhrengeräten beendet. Entsprechend erhöhte sich im ersten Halbjahr 2006 der Umsatzanteil der Flachdisplay-TVs am Loewe Umsatz mit Fernsehgeräten auf 97%, nach 72% im Vorjahreszeitraum.

Das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen sowie ein günstigerer Produktmix führten im ersten Halbjahr 2006 zu einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 8,1 Mio. Euro, nach -2,8 Mio. Euro im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

Die sehr erfolgreiche und umsatzstarke Produktlinie Individual hat Loewe im zweiten Quartal um das spektakuläre LCD-TV-Gerät Individual Edition erweitert. Individual Edition präsentiert sich in einer limitierten Auflage mit seitlichen Intarsien, besetzt mit Kristallsteinen – crystallized by Swarovski. In Hochglanz Weiß oder Hochglanz Schwarz gibt es jeweils nur 1.000 Exemplare bei ausgewählten Loewe Fachhändlern. Darüber hinaus haben wir mit der Markteinführung von Individual Sound einen weiteren Meilenstein in der Individual Erfolgsgeschichte gesetzt. Das neu entwickelte modulare Lautsprechersystem bestehend aus Stand- und Satellitenlautsprechern sowie Subwoofer bietet die perfekte Ergänzung zu jedem Loewe Fernsehgerät und kann flexibel an das Wohnumfeld angepasst werden.

Die Jury des Plus X Awards hat im Mai Loewe Fernsehgeräte mit insgesamt sieben Auszeichnungen gewürdigt. Aufgrund der Vielzahl dieser Preise verlieh sie Loewe gleichzeitig den Titel „The most innovative Brand of the year 2006“ für Video.

Die Initiative „365 Orte im Land der Ideen“ wählte Loewe als ein herausragendes Unternehmen in Deutschland, das vor 75 Jahren in einer Weltpremiere zum ersten Mal elektronisches Fernsehen präsentierte. Bundesregierung und deutsche Wirtschaft sind Träger dieser Standortinitiative, die unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten steht. Mit einer Podiumsdiskussion und einem Informationstag gaben wir über 6.000 Gästen Einblicke in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Fernsehens.

Ein weiteres Highlight des zweiten Quartals waren die großen IFA-PreView-Veranstaltungen im Vorfeld der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in Berlin. Dabei haben wir zahlreichen Medienvertretern schon vor der wichtigsten Leistungsschau der Branche im September ein völlig neues, ganzheitliches Home Cinema-Konzept präsentiert: Loewe Individual Compose. Im Mittelpunkt stehen dabei die beiden großformatigen LCD-TV-Geräte Individual 40 Compose und Individual 46 Compose mit integriertem HDTV-Empfänger. Unsere Kunden können demnächst neben der Technik nicht nur Farben, Oberflächen, Materialien und Aufstellungen wählen, sondern auch ihr persönliches Lautsprechersystem bestimmen. So entsteht ein flexibles und individuelles Home Cinema-System der Spitzenklasse.

Die Fußball-Weltmeisterschaft hat die von uns erwarteten Impulse gebracht. Auch in den nächsten Monaten wird sich der Fernsehgerätemarkt in Europa positiv entwickeln. Hauptursache ist die weiterhin sehr hohe Nachfrage bei Flachdisplaygeräten. Der aktuelle Trend zu größeren Bildschirmdiagonalen wird sich verstärken. Deshalb wird Loewe in den nächsten Monaten neue, großformatige Flat-TVs am Markt einführen.

Wir gehen davon aus, dass nach den traditionell etwas schwächeren Sommermonaten durch die nun jährlich stattfindende IFA und vorgezogene Käufe aufgrund der geplanten Mehrwertsteuer-Erhöhung auch das zweite Halbjahr 2006 bei Loewe erfolgreich sein wird.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Rainer Hecker
Vorsitzender des Vorstands der Loewe AG

IM ÜBERBLICK: DER LOEWE KONZERN*

in Mio. Euro	2. Quartal 2006	2. Quartal 2005	± in %	1. Halbjahr 2006	1. Halbjahr 2005	± in %
Umsatz	82,6	66,9	23	171,3	131,2	31
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	3,0	- 0,9		8,1	- 2,8	
Überschuss/Fehlbetrag nach Anteilen Dritter	1,4	- 1,3		4,0	- 4,0	
Ergebnis je Aktie in Euro**	0,11	- 0,12		0,31	- 0,38	
Freier Cashflow	- 6,3	5,2		1,2	32,4	
Anzahl Mitarbeiter	952	927	3	970	943	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 (Vorjahr 10.407.383 Aktien)

Umsatz wächst um 31 % auf 171,3 Mio. Euro

Der Umsatz mit Flachdisplaygeräten konnte im ersten Halbjahr um 61,3 Mio. Euro auf 144,3 Mio. Euro gesteigert werden. Entsprechend ist der Umsatzanteil der Flat-TVs auf 97 % gestiegen, nach 72 % im Vorjahreszeitraum. Dagegen reduzierten sich die Umsätze mit Bildröhrengeräten um 25,1 Mio. Euro auf 6,6 Mio. Euro. Nachdem im zweiten Quartal 2006 die Fertigung und der Verkauf von Bildröhrengeräten beendet wurde, konzentriert sich Loewe zukünftig ausschließlich auf den attraktiven Markt für Flachdisplaygeräte.

EBIT von 8,1 Mio. Euro erzielt

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) im ersten Halbjahr 2006 beträgt 8,1 Mio. Euro, nach -2,8 Mio. Euro im Vorjahr. Die EBIT-Verbesserung von 10,9 Mio. Euro ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen und den verbesserten Produktmix zurückzuführen. Der Konzerngewinn nach Ergebnisanteilen Dritter beläuft sich im ersten Halbjahr 2006 auf 4,0 Mio. Euro und das Ergebnis je Aktie auf 0,31 Euro.

Positiver Freier Cashflow

Im ersten Halbjahr 2006 wurde trotz des Vorratsaufbaus und der wachstumsbedingt höheren Forderungen ein Freier Cashflow von 1,2 Mio. Euro erwirtschaftet. Dieser liegt aufgrund des höheren Working Capital Bedarfs unter dem Vorjahresvergleichswert.

Leichter Anstieg der Mitarbeiterzahl

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl ist im Vorjahresvergleich um 27 auf 970 Personen gestiegen. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus dem höheren Geschäftsvolumen, das im Produktionsbereich die Einstellung von zusätzlichen Mitarbeitern erforderte.

WEITERHIN DYNAMISCHES MARKTWACHSTUM

Der europäische Markt für Unterhaltungselektronik erhöhte sich im ersten Halbjahr 2006 gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum wertmäßig um 15%*. Das mit Abstand wichtigste und weiterhin dynamisch wachsende Segment sind Fernsehgeräte, die um 36% zulegen. Dies ist ausschließlich auf das starke Wachstum bei Flachdisplaygeräten zurückzuführen. Im Zeitraum Januar bis Juni 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 59% im Vorjahreszeitraum auf 82% im ersten Halbjahr 2006 gestiegen.

Die Fußball-Weltmeisterschaft hat dem Markt für Unterhaltungselektronik deutliche Impulse gegeben. Im Vergleich zum ersten Quartal 2006 hat sich das Marktwachstum im zweiten Quartal noch beschleunigt.

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 wichtigsten Segmenten beträgt diese im Vorjahresvergleich zwischen 22% und 46%. Besonders preisaggressiver Wettbewerb herrschte bei LCD-TVs im populären 32"-Segment, die sich gegenüber dem Vorjahr im Durchschnitt um 33% verbilligten. Weiterhin rückläufig sind die Preise bei HD-Plasma-TVs, die bei Geräten mit 42"/43"-Bilddiagonale um 40% unter den Vorjahreswerten liegen.

In allen wichtigen Ländern in Europa ist der Markt für TV-Geräte im ersten Halbjahr 2006 zweistellig gestiegen. Das stärkste Wachstum ist in Frankreich (+47%), Großbritannien (+41%) und Spanien (+37%) zu verzeichnen. Das Wachstum in dem für Loewe wichtigen deutschen Markt lag bei 33%. Dies liegt leicht unter dem europäischen Durchschnitt.

Der wertmäßige Marktanteil von Loewe für Displaytechnologien im europäischen Fachhandel liegt im ersten Halbjahr 2006 mit 4,1% auf Vorjahresniveau. In dem wichtigen LCD-Segment konnte Loewe den Marktanteil von 4,5% auf 5,0% steigern. Bei Plasma-TVs verharrete der Marktanteil bei 1,8%. Demgegenüber ist der Loewe Marktanteil bei Bildröhrengeräten von 5,3% auf 3,8% gesunken, da nur noch preisgünstige Standardgeräte nachgefragt werden. Die deutlichsten Marktanteilssteigerungen konnte Loewe in Spanien erzielen, wo der Marktanteil von 6,7% auf 7,4% gesteigert werden konnte.

* Alle Marktdaten beziehen sich auf den im europäischen Elektrofach-Einzelhandel erzielten Umsatz im Zeitraum Januar bis Juni 2006 und werden von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben.

LOEWE UMSATZ WÄCHST UM 31 %

Die weiterhin dynamische Marktentwicklung bei Flachdisplaygeräten, das breitere Loewe Produktportfolio sowie positive Impulse durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland ermöglichten im ersten Halbjahr 2006 einen Anstieg des Umsatzes um 40,1 Mio. Euro auf 171,3 Mio. Euro. Der auch im zweiten Quartal spürbare WM-Effekt hat das Umsatzwachstum von 23 % auf 82,6 Mio. Euro begünstigt.

Umsatzstruktur nach Produktbereichen

in Mio. Euro	2. Quartal 2006	2. Quartal 2005	± in %	1. Halbjahr 2006	1. Halbjahr 2005	± in %
Flachbild	69,5	46,9	48	144,3	83,0	74
– LCD	60,0	40,2	49	126,2	68,8	83
– Plasma/Rückpro	9,5	6,7	42	18,1	14,2	27
Bildröhren	2,3	12,0	– 81	6,6	31,7	– 79
Summe						
Fernsehgeräte Loewe	<u>71,8</u>	<u>58,9</u>	<u>22</u>	<u>150,9</u>	<u>114,7</u>	<u>32</u>
Fernsehgeräte (non branded)	2,7	0,0	NM	4,8	0,0	
Sonstiges	8,1	8,0	1	15,6	16,5	– 5
Umsatz, Gesamt	<u>82,6</u>	<u>66,9</u>	<u>23</u>	<u>171,3</u>	<u>131,2</u>	<u>31</u>
davon: Loewe Inland	35,7	31,2	14	74,5	62,2	20
davon: Loewe Ausland	44,2	35,7	24	92,0	69,0	33
davon: non-branded	2,7	0,0		4,8	0,0	

Hauptumsatzträger bei Loewe sind weiterhin Fernsehgeräte, die über 90 % des Gesamtumsatzes repräsentieren. Im zweiten Quartal 2006 sind die Verkäufe von Fernsehgeräten der Marke Loewe um 22 % auf 71,8 Mio. Euro gestiegen. Dies ist hauptsächlich auf die um knapp 50 % höheren Umsätze mit Flachbildgeräten zurückzuführen. Dabei konnte die Preiserosion durch ein besseres Produktmix kompensiert werden. Denn die um gut 50 % gestiegenen Absatzmengen betreffen hauptsächlich teurere, großformatige LCD-Geräte mit einer Bilddiagonale ab 32“.

Die Verkäufe von Plasma-Fernsehern haben sich im zweiten Quartal aufgrund der Einführung neuer Produkte positiv entwickelt. Durch den Relaunch des erfolgreichen Xelos A 42 und die Erstausslieferung des neuen Einstiegsproduktes Modus L 42 konnten die Umsätze um 42 % auf 9,5 Mio. Euro gesteigert werden.

Die Herstellung von Bildröhrengeräten wurde im zweiten Quartal 2006 planmäßig eingestellt. Durch den Verkauf der Lagerbestände konnten Umsätze in Höhe von 2,3 Mio. Euro erzielt werden. Zukünftig sind aus dem Geschäft mit Bildröhrenfernsehern keine Ergebniseffekte zu erwarten.

Auch im zweiten Quartal kamen die wesentlichen Wachstumsimpulse aus dem Ausland. So konnten die Auslandsumsätze um 24 % auf 44,2 Mio. Euro gesteigert werden. Besonders positiv war die Entwicklung in Spanien, Italien und Frankreich. Dort konnte das Geschäftsvolumen gegenüber dem Vorjahresquartal um rund 50 % ausgeweitet werden. Im ersten Halbjahr 2006 betrug das Auslandswachstum 33 % und konzentrierte sich auf die Länder Spanien, Benelux, Frankreich und Italien. In Deutschland, dem für Loewe wichtigsten Absatzmarkt, wurde der Umsatz im zweiten Quartal um 14 % auf 35,7 Mio. Euro und im ersten Halbjahr um 20 % auf 74,5 Mio. Euro gesteigert.

OPERATIVES ERGEBNIS STEIGT AUF 8,1 MIO. EURO

Nach einem EBIT von –2,8 Mio. Euro im Vergleichszeitraum des Vorjahres konnte im ersten Halbjahr 2006 eine Ergebnisverbesserung um 10,9 Mio. Euro auf 8,1 Mio. Euro erreicht werden. Die Ergebnisverbesserung ist hauptsächlich auf das gestiegene Geschäfts- und Produktionsvolumen und einen günstigeren Produktmix zurückzuführen.

Insbesondere der gestiegene Anteil margenstarker Flachdisplaygeräte, günstige Einkaufspreise und die verbesserte Fixkostendeckung der Bereiche Produktion, Entwicklung und Qualität ermöglichten einen Anstieg des Bruttoergebnisses um 15,0 Mio. Euro auf 41,9 Mio. Euro. Die Bruttodeckungsmarge verbesserte sich hierdurch von 20,5% auf 24,5%. Die Bruttoergebnismarge von 23,2% im zweiten Quartal liegt leicht unter dem Spitzenwert von 25,6%, der im ersten Quartal 2006 aufgrund der hohen Produktionsleistung und weitgehend stabiler Verkaufspreise erreicht wurde.

Die Marketing- und Vertriebskosten haben sich um 3,7 Mio. Euro erhöht. Der Anstieg resultiert hauptsächlich aus höheren umsatzabhängigen Kosten und größeren Werbeausgaben. Im ersten Halbjahr 2006 repräsentieren die Marketing- und Vertriebskosten 16,6% vom Gesamtumsatz gegenüber 18,8% im Vorjahreszeitraum.

Die Verwaltungskosten liegen leicht über dem Vorjahreswert. Durch das höhere Geschäftsvolumen reduzierten sie sich von 2,8% auf 2,3% vom Umsatz.

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

Das Zinsergebnis konnte aufgrund der verbesserten Kapitalausstattung im ersten Halbjahr 2006 um 1,0 Mio. Euro auf –1,4 Mio. Euro verbessert werden.

HÖHERE INVESTITIONEN

Investitionen und Abschreibungen

in Mio. Euro	1. Halbjahr 2006		1. Halbjahr 2005	
	Investition	Abschreibung	Investition	Abschreibung
Immaterielle Vermögensgegenstände	2,8	3,0	3,5	3,7
Sachanlagen	6,3	4,6	3,0	6,5
Finanzanlagen	0,1	0,0	0,0	0,0
Gesamt	<u>9,2</u>	<u>7,6</u>	<u>6,5</u>	<u>10,2</u>

Die Investitionen des ersten Halbjahres 2006 lagen mit 9,2 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 (2,8 Mio. Euro) und die nach den International Accounting Standards (IAS) aktivierungspflichtigen Entwicklungskosten (2,7 Mio. Euro).

SOLIDE BILANZSTRUKTUR

Wesentliche Bilanzpositionen

in Mio. Euro	30. Juni 2006	31. Dez. 2005	30. Juni 2005
Langfristige Vermögenswerte	67,9	67,9	75,1
Kurzfristige Vermögenswerte	137,5	144,9	95,7
Vermögenswerte des eingestellten Geschäftsbereiches	0,1	0,1	0,0
Summe Aktiva	<u>205,5</u>	<u>212,9</u>	<u>170,8</u>
Eigenkapital inkl. Anteile in Fremdbesitz	63,4	59,2	32,6
Langfristige Schulden	57,2	58,4	55,0
Kurzfristige Schulden	84,3	94,5	82,2
Lang-/kurzfristige Schulden des eingestellten Geschäftsbereiches	0,6	0,8	1,0
Summe Passiva	<u>205,5</u>	<u>212,9</u>	<u>170,8</u>

Die Bilanzstruktur zum 30. Juni 2006 hat sich im Vorjahresvergleich durch die Kapitalerhöhung Ende 2005 deutlich verbessert. Die Eigenkapitalbasis konnte durch die Kapitalerhöhung und den Überschuss im ersten Halbjahr auf 63,4 Mio. Euro verbessert werden. Die Eigenkapitalquote zum 30. Juni 2006 beträgt 31 %.

Nettoumlaufvermögen

in Mio. Euro	30. Juni 2006	31. Dez. 2005	30. Juni 2005
Vorräte	57,8	39,5	41,4
davon: Fabrikvorräte	30,1	22,6	17,3
davon: Fertigwarenvorräte inkl. Servicevorräte	27,7	16,9	24,1
Lieferungsforderungen und andere Aktiva	72,3	93,5	56,8
Sonstige Rückstellungen	- 33,0	- 34,2	- 28,1
Lieferungsverbindlichkeiten, andere Passiva	- 46,0	- 50,9	- 42,6
Gesamt	<u>51,1</u>	<u>47,9</u>	<u>27,5</u>

Das Nettoumlaufvermögen hat sich gegenüber dem Stand zum 30. Juni 2005 um 23,6 Mio. Euro erhöht. Hauptursachen sind der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aufgrund des höheren Umsatzniveaus und der Anstieg des Vorratsvermögens. Die Höhe der Fertigwarenvorräte hat sich im ersten Quartal 2006 normalisiert und befindet sich zum 30. Juni 2006 auf fast unverändertem Niveau. Die durchschnittliche Lagerreichweite der Fertigwarenvorräte entspricht weiterhin unserem Zielwert. Zum Halbjahres- und zum Jahresende 2005 waren die Vorräte aufgrund von Lieferengpässen außergewöhnlich niedrig. Die Sonstigen Rückstellungen betreffen vor allem Bonusvereinbarungen und Gewährleistungen. Diese liegen aufgrund des gestiegenen Umsatzes über dem Vorjahreswert. Die höheren Lieferungsverbindlichkeiten resultieren hauptsächlich aus dem höheren Volumen der LCD-Panels, die in Fernost eingekauft werden.

Eigenkapital ohne Anteile in Fremdbesitz

in Mio. Euro	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Andere Gewinn- rücklagen	Bilanz- ergebnis	Eigen- kapital
Stand am 31. 12. 2004	7,9	11,7	0,0	- 0,2	19,4
Kapitalerhöhung 1. Halbjahr	2,5	13,6			16,1
Fehlbetrag 1. Halbjahr 2005				- 4,0	- 4,0
Stand am 30.06. 2005	<u>10,4</u>	<u>25,3</u>		<u>- 4,2</u>	<u>31,5</u>
Kapitalerhöhung 2. Halbjahr	2,6	21,7			24,3
Überschuss 2. Halbjahr 2005				2,1	2,1
Stand am 31. 12. 2005	<u>13,0</u>	<u>47,0</u>		<u>- 2,1</u>	<u>57,9</u>
Überschuss 1. Halbjahr 2006				4,0	4,0
Stand am 30.06. 2006	<u>13,0</u>	<u>47,0</u>	<u>0,0</u>	<u>1,9</u>	<u>61,9</u>

Durch den Überschuss im ersten Halbjahr 2006 hat sich das Eigenkapital um 4,0 Mio. Euro verbessert.

POSITIVER FREIER CASHFLOW

Cashflow

in Mio. Euro	1. Halbjahr	1. Halbjahr
	2006	2005
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	10,4	38,9
Investitionstätigkeit	- 9,2	- 6,5
Freier Cashflow	<u>1,2</u>	<u>32,4</u>
Freier Cashflow des aufzugebenden Geschäftsbereiches	- 0,2	- 0,1
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 4,7	15,9
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>- 3,7</u>	<u>48,2</u>

Im ersten Halbjahr 2006 wurde ein Freier Cashflow von 1,2 Mio. Euro erwirtschaftet. Durch den Vorratsaufbau und die wachstumsbedingt höheren Forderungen im ersten Halbjahr 2006 konnte der außergewöhnlich hohe Vorjahreswert nicht erreicht werden. Entsprechend liegt auch der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit trotz der erzielten Ergebnisverbesserung um 28,5 Mio. Euro unter dem Vorjahresvergleichswert.

Der negative Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von 4,7 Mio. Euro betrifft die Tilgung langfristiger Kredite. Insgesamt hat sich der Finanzmittelbestand gegenüber dem Jahresanfang um 3,7 Mio. Euro reduziert.

Finanzierung

in Mio. Euro	30. Juni	31. Dez.	30. Juni
	2006	2005	2005
Langfristige Kredite	- 4,7	- 6,5	- 7,5
Kurzfristiger Teil der langfristigen Kredite	- 1,1	- 4,0	- 3,1
Zwischensumme Kredite	<u>- 5,8</u>	<u>- 10,5</u>	<u>- 10,6</u>
Liquide Mittel	8,6	15,3	2,2
Kontokorrentkredite	- 0,5	- 1,4	- 0,7
Inanspruchnahme Factoring	- 0,7	- 2,8	- 4,1
Zwischensumme Finanzmittelbestand	<u>7,4</u>	<u>11,1</u>	<u>- 2,6</u>
Finanzierung Gesamt	<u>1,6</u>	<u>0,6</u>	<u>- 13,2</u>

Zum 30. Juni 2006 übersteigen die liquiden Mittel die kurz- und langfristigen Bankschulden. Einschließlich der im geringeren Umfang genutzten Factoringmöglichkeiten ergibt sich ein positiver Finanzierungssaldo von 1,6 Mio. Euro.

ENTWICKLUNG UND PRODUKTION

Der Fokus der Entwicklungsaktivitäten lag im zweiten Quartal sowohl auf den Produkteinführungen im Rahmen der Fußball-Weltmeisterschaft, als auch auf den Highlights für die IFA 2006. So konnten sowohl der Produktionsstart des 42“-Xelos-Relaunch, als auch des 32“-Modells erfolgen. Abgeleitet aus der Xelos Linie wurde ebenfalls das TV-Modell Modus 42 eingeführt.

Die Priorität bei der Entwicklung neuer Produkte lag im großformatigen Bereich. So konnten die Projektarbeiten am Individual 40 Selection planmäßig fortgesetzt werden, so dass die erfolgreiche Individual Linie Anfang des dritten Quartals mit einem 40“-Produkt ergänzt werden kann.

Im Rahmen der kontinuierlichen Verbesserung der Loewe Alleinstellungsmerkmale wurde ferner der Loewe eigene Bildalgorithmus Image⁺ durch die Funktion DynamicContrast erweitert und der konzeptionelle Grundstein für die 100 Hz-Steuerung von LC-Displays gelegt.

Auch die Software-Entwicklung für die neue HDTV-Plattform wurde mit höchster Priorität fortgeführt. Es wurde damit begonnen, Zusatzleistungsmerkmale zu entwickeln und in die neue Plattform einzubinden.

Im Joint Development Center mit Sharp werden die vereinbarten Arbeitspakete mit Schwerpunkt auf die laufende HDTV-Chassisentwicklung und mit Weiterentwicklungen im Bereich von Produktionseffizienz für diese Chassistechologie vorangetrieben. Auf der bevorstehenden internationalen Funkausstellung werden dann die für dieses Jahr zur Einführung geplanten Geräte mit dem HDTV-Chassis vorgestellt.

MARKETING UND VERTRIEB

Im zweiten Quartal waren die Loewe Marketingaktivitäten von dem zentralen Medienereignis – der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland – geprägt. Ziel war es, die positiven Nachfrageimpulse im Markt zu nutzen und durch neue, intelligente Funktionen das Loewe Produktportfolio im Handel zu platzieren. So werden beispielsweise mit der Loewe Highlight-Funktion per Knopfdruck automatisch die vergangenen und die nächsten 30 Sekunden als Highlight festgehalten. Damit kann der Zuschauer die Entwicklung und den Verlauf einer Szene immer wieder ansehen. Die grüne Taste der Fernbedienung als zentrales Wiedererkennungselement, wurde in einem integrativen Gesamtkonzept, angefangen von der Kampagne, über Dialogmarketingaktivitäten bis hin zur Platzierung im Fachhandel, über alle wichtigen Kanäle kommuniziert.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Markteinführung des neuen Loewe Audio-Konzeptes Individual Sound. Die Kernkompetenz von Loewe um eine weitere Dimension – Sound – zu ergänzen und diese auch beim Fachhandel entsprechend zu präsentieren, war die zentrale Aufgabenstellung. Loewe schreibt mit Individual Sound ein neues Kapitel der Individual-Erfolgsstory. Kein anderes Soundsystem passt optisch, akustisch, qualitativ und technisch besser dazu.

Zeitgleich zur Einführung von Individual Sound setzte Loewe im zweiten Quartal noch ein weiteres absolutes Highlight: Die limitierte Individual Edition. Mit Individual Edition verschafft Loewe dem Konsumenten einen höchst seltenen Luxus: Ein Premium-Fernsehgerät, das hochwertige Materialien, außergewöhnliches Design und modernste Funktionalität zu einer perfekten Einheit verbindet. Exklusive Swarovski Kristalle, feinste Hochglanz-Lackierungen und ein vollverchromter, motorisch drehbarer Tischfuß machen diesen Fernseher zu etwas ganz Besonderem. In einer streng limitierten Auflage von 2.000 Stück ist Individual Edition nur bei ausgewählten Fachhändlern erhältlich.

Neben dem weiterhin starken Wachstum bei Flat- TVs war das zweite Quartal durch positive Impulse gezeichnet, die von der Weltmeisterschaft in Deutschland ausgegangen sind. Zumindest in den Monaten April und Mai konnte hier ein weiterer, deutlicher Umsatzanstieg registriert werden, der erst im Juni abgeflacht ist.

Ein Highlight im zweiten Quartal war ein Treffen mit mehr als 200 Handelspartnern in Spanien. Mit umfangreichen Präsentationen wurde die Premiumpositionierung der Marke Loewe im Detail dargestellt. Darüber hinaus erfolgte die Vorstellung unserer neuen Produkte ab IFA 2006. Die Veranstaltung fand mehr als positive Zustimmung unserer Fachhandelspartner und zeigte, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

MITARBEITERZAHL LEICHT GESTIEGEN

Gegenüber dem ersten Halbjahr 2005 ist die Mitarbeiterzahl von 943 auf 970 Personen gestiegen. Die Anzahl der Mitarbeiter im Produktionsbereich wurde wegen des höheren Kapazitätsbedarfs um rund 39 Personen erhöht. Außerhalb der Fertigung liegt der Mitarbeiterbestand nur 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 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 erfolgreichen Positionierung eines wettbewerbsfähigen Flachdisplaysortimentes im Premiumsegment. Hierzu ist es notwendig, neben der attraktiven Gestaltung der Produkte, technologische Differenzierungspotenziale zu realisieren. 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 im ersten Halbjahr 2006 nicht ergeben.

SONSTIGE ANGABEN

Zum 30. Juni 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

Nach einem außergewöhnlich erfolgreichen ersten Quartal, waren auch im zweiten Quartal positive Impulse von der Fußball-Weltmeisterschaft zu spüren. Trotz der wieder stärkeren Marktpreiserosion und den Preissenkungen bei Loewe Produkten ist das zweite Quartal planmäßig verlaufen. Auch wenn im Nachgang zur Fußball-Weltmeisterschaft das Geschäftsvolumen im dritten Quartal vergleichsweise niedrig ist, erwarten wir für das Geschäftsjahr 2006 weiterhin ein Umsatzwachstum auf 340 bis 350 Mio. Euro und ein EBIT von rund 10 Mio. Euro.

Kronach, den 7. August 2006

Der Vorstand



Dr. R. Hecker



Dr. B. Bamberger



G. Schaas

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. HALBJAHR 2006

	April – Juni 2006		April – Juni 2005		Januar – Juni 2006		Januar – Juni 2005	
	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%
Umsatzerlöse	82,6	100,0	66,9	100,0	171,3	100,0	131,2	100,0
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	- 63,4	- 76,8	- 53,7	- 80,3	- 129,4	- 75,5	- 104,3	- 79,5
Bruttoergebnis vom Umsatz	<u>19,2</u>	<u>23,2</u>	<u>13,2</u>	<u>19,7</u>	<u>41,9</u>	<u>24,5</u>	<u>26,9</u>	<u>20,5</u>
Marketing- und Vertriebskosten	- 13,9	- 16,8	- 12,4	- 18,5	- 28,4	- 16,6	- 24,7	- 18,8
Allgemeine Verwaltungskosten	- 1,9	- 2,3	- 1,5	- 2,3	- 4,0	- 2,3	- 3,7	- 2,8
Sonstiges betriebliches Ergebnis	- 0,4	- 0,5	- 0,2	- 0,3	- 1,4	- 0,8	- 1,3	- 1,0
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	<u>3,0</u>	<u>3,6</u>	<u>- 0,9</u>	<u>- 1,4</u>	<u>8,1</u>	<u>4,8</u>	<u>- 2,8</u>	<u>- 2,1</u>
Zinsen und ähnliche Erträge	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 0,7	- 0,8	- 1,0	- 1,5	- 1,6	- 1,0	- 2,5	- 1,9
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBT)	<u>2,4</u>	<u>2,9</u>	<u>- 1,8</u>	<u>- 2,7</u>	<u>6,7</u>	<u>3,9</u>	<u>- 5,2</u>	<u>- 3,9</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	- 0,9	- 1,1	0,6	0,9	- 2,5	- 1,5	1,3	1,0
Konzernüberschuss/-fehlbetrag vor Ergebnisanteilen Dritter	<u>1,5</u>	<u>1,8</u>	<u>- 1,2</u>	<u>- 1,8</u>	<u>4,2</u>	<u>2,4</u>	<u>- 3,9</u>	<u>- 2,9</u>
Anderen Gesellschaftern zustehendes Ergebnis	- 0,1	- 0,1	- 0,1	- 0,1	- 0,2	- 0,1	- 0,1	- 0,1
Konzernüberschuss/-fehlbetrag nach Ergebnisanteilen Dritter	<u>1,4</u>	<u>1,7</u>	<u>- 1,3</u>	<u>- 1,9</u>	<u>4,0</u>	<u>2,3</u>	<u>- 4,0</u>	<u>- 3,0</u>
Ergebnis je Aktie fortzuführender Geschäftsbereich	0,11		- 0,12		0,31		- 0,38	
Zahl der ausgegebenen Aktien zum 30.06.	13.009		10.407		13.009		10.407	

KONZERNBILANZ 30. JUNI 2006

in Mio. Euro	30. Juni 2006	31. Dez. 2005	30. Juni 2005
Aktiva			
Langfristige Vermögenswerte*			
Immaterielle Vermögensgegenstände	5,8	6,0	5,9
Sachanlagen	36,7	34,8	40,8
Finanzanlagen	0,7	0,8	0,8
Andere Forderungen	0,6	0,6	0,6
Latente Steuerforderungen	24,1	25,7	27,0
Langfristige Vermögenswerte, Gesamt	<u>67,9</u>	<u>67,9</u>	<u>75,1</u>
Kurzfristige Vermögenswerte*			
Vorräte	57,8	39,5	41,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	65,7	88,1	50,4
Andere Forderungen	5,4	2,0	1,7
Liquide Mittel	8,6	15,3	2,2
Kurzfristige Vermögenswerte, Gesamt	<u>137,5</u>	<u>144,9</u>	<u>95,7</u>
Vermögenswerte des aufgegebenen Geschäftsbereiches	<u>0,1</u>	<u>0,1</u>	<u>0,0</u>
Summe Aktiva	<u>205,5</u>	<u>212,9</u>	<u>170,8</u>
Passiva			
Eigenkapital			
Anteile des Konzerns			
Gezeichnetes Kapital	13,0	13,0	10,4
Kapitalrücklage	47,0	47,0	25,3
Bilanzgewinn/-verlust	1,9	- 2,1	- 4,2
	<u>61,9</u>	<u>57,9</u>	<u>31,5</u>
Anteile in Fremdbesitz	<u>1,5</u>	<u>1,3</u>	<u>1,1</u>
	<u>63,4</u>	<u>59,2</u>	<u>32,6</u>
Langfristige Schulden*			
Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	36,9	36,8	36,0
Sonstige Rückstellungen	15,6	15,1	11,5
Finanzverbindlichkeiten	4,7	6,5	7,5
Langfristige Schulden, Gesamt	<u>57,2</u>	<u>58,4</u>	<u>55,0</u>
Kurzfristige Schulden*			
Steuerrückstellungen	3,7	4,0	7,7
Sonstige Rückstellungen	33,0	34,2	28,1
Finanzverbindlichkeiten	1,6	5,4	3,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	40,2	44,7	38,0
Sonstige Verbindlichkeiten	5,8	6,2	4,6
Kurzfristige Schulden, Gesamt	<u>84,3</u>	<u>94,5</u>	<u>82,2</u>
Rückstellungen und Verbindlichkeiten des aufgegebenen Geschäftsbereiches	<u>0,6</u>	<u>0,8</u>	<u>1,0</u>
Summe Passiva	<u>205,5</u>	<u>212,9</u>	<u>170,8</u>

* des fortzuführenden Geschäftsbereiches

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG JANUAR BIS JUNI 2006/2005

in Mio. Euro	2006	2005
Laufende Geschäftstätigkeit		
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	8,1	- 2,8
Geleistete Zinszahlungen	- 1,4	- 2,4
Abschreibungen auf Anlagevermögen	7,6	10,2
Zunahme der langfristigen Rückstellungen	0,5	0,0
Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	0,1	- 0,2
Ertragsteuerzahlungen	- 1,3	- 0,1
Cashflow vor Änderung Nettoumlaufvermögen	<u>13,6</u>	<u>4,7</u>
Veränderung des Nettoumlaufvermögens		
Zunahme der Vorräte	- 18,3	- 5,0
Abnahme der Lieferungsorderungen und anderen Aktiva	21,2	28,5
Abnahme der sonstigen Rückstellungen	- 1,2	- 3,8
Abnahme/Zunahme der Lieferungsverbindlichkeiten und anderen Passiva	- 4,9	14,5
Veränderung des Nettoumlaufvermögens	<u>- 3,2</u>	<u>34,2</u>
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	<u>10,4</u>	<u>38,9</u>
Investitionstätigkeit		
Auszahlungen für Investitionen in Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	- 9,2	- 6,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	<u>- 9,2</u>	<u>- 6,5</u>
Freier Cashflow des fortzuführenden Geschäftsbereiches	1,2	32,4
Freier Cashflow des aufgegebenen Geschäftsbereiches	- 0,2	- 0,1
Freier Cashflow, Gesamt	<u>1,0</u>	<u>32,3</u>
Finanzierungstätigkeit		
Kapitalerhöhung	0,0	15,9
Tilgung von Krediten	- 4,7	0,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	<u>- 4,7</u>	<u>15,9</u>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	<u>- 3,7</u>	<u>48,2</u>

Zusammensetzung des Finanzmittelbestands:	30. Juni 2006	31. Dez. 2005	±
Liquide Mittel	8,6	15,3	- 6,7
Kontokorrentkredite	- 0,5	- 1,4	0,9
Inanspruchnahme aus Factoring	- 0,7	- 2,8	2,1
Finanzmittelbestand	<u>7,4</u>	<u>11,1</u>	<u>- 3,7</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.