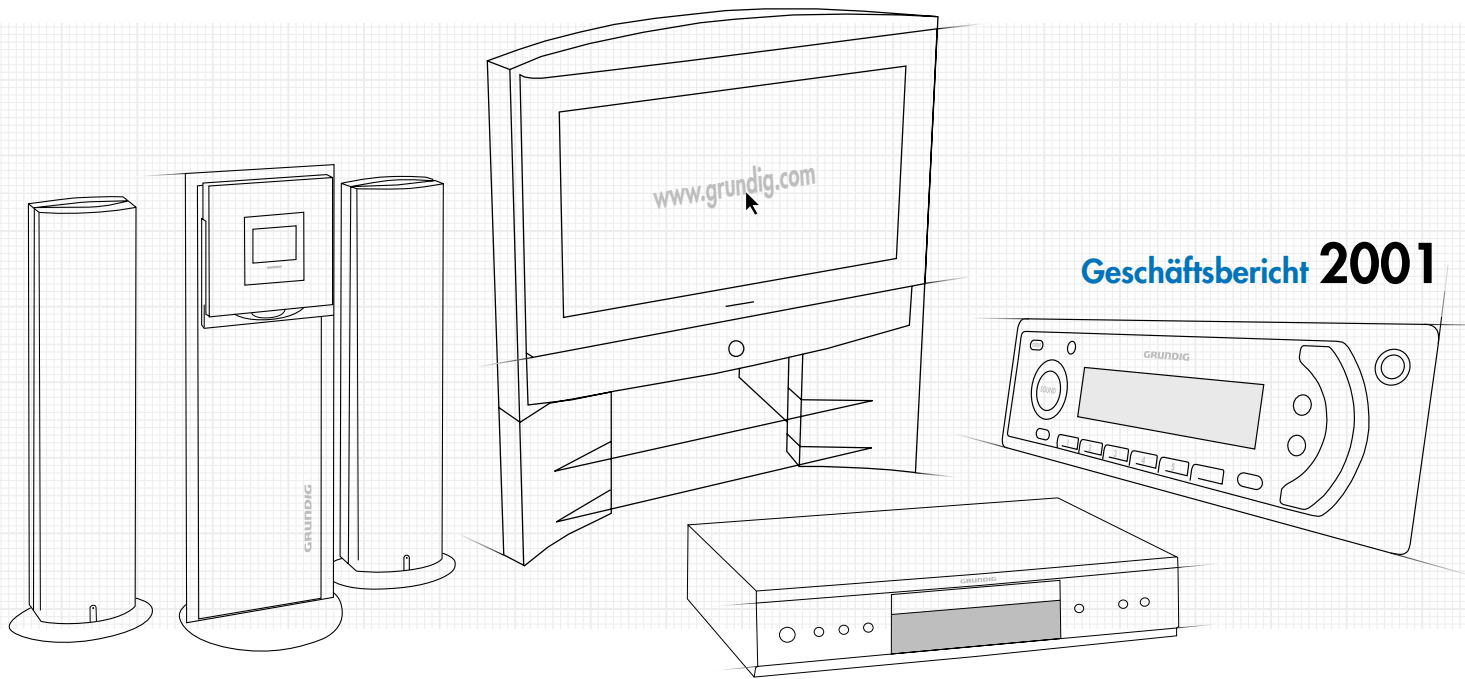


# GRUNDIG



**Geschäftsbericht 2001**

# KENNZAHLEN

<b>Finanzen</b>		<b>2000</b>	<b>2001</b>
Umsatz	Mio. Euro	1.453	1.281
Deutschland	Mio. Euro	531	512
Ausland	Mio. Euro	922	769
Bruttoergebnis vom Umsatz	Mio. Euro	216,8	142,2
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	Mio. Euro	1,0	-94,0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	Mio. Euro	1,0	-150,2
Eigenkapital	Mio. Euro	180	31
in % der Bilanzsumme		22,8	4,6
Nettoverschuldung	Mio. Euro	10	75
Bilanzsumme	Mio. Euro	790	672
Operativer Cashflow	Mio. Euro	-65	-65
Investitionen	Mio. Euro	66	52
<b>Mitarbeiter</b>			
Anzahl Mitarbeiter zum Jahresende		5.898	5.383
Deutschland		2.983	2.579
Ausland		2.915	2.804
Personalaufwand	Mio. Euro	251	256
Deutschland	Mio. Euro	152	150
Ausland	Mio. Euro	99	106
Umsatz pro Mitarbeiter (ø)	T-Euro	249	223
Personalaufwand pro Mitarbeiter (ø) ohne Altersversorgung	T-Euro	40	42



BELGIEN  
DÄNEMARK  
ESTLAND  
FINNLAND  
FRANKREICH  
GRIECHENLAND  
GROßBRITANNIEN  
ISLAND  
ITALIEN  
KROATIEN  
LETTLAND  
LITAUEN  
MALTA  
NIEDERLANDE  
NORWEGEN

ÖSTERREICH  
POLEN  
PORTUGAL  
RUSSLAND  
SCHWEDEN  
SCHWEIZ  
SLOWAKEI  
SLOWENIEN  
SPANIEN  
TSCHECHISCHE REPUBLIK  
TÜRKEI  
UKRAINE  
UNGARN  
ZYPERN  
USA/KANADA



ÄGYPTEN  
ARGENTINIEN  
ARMENIEN  
ASERBEIDSCHAN  
ASIEN/MITTLERER OSTEN  
ÄTHIOPIEN  
AUSTRALIEN  
BAHRAIN  
BANGLADESCH  
CHINA/HONGKONG  
IRAN  
ISRAEL  
JEMEN  
JORDANIEN  
KATAR  
KENIA  
KONGO  
KUWAIT

LIBANON  
MALAYSIA  
MAROKKO  
MEXIKO  
NAMIBIA  
NEUSEELAND  
OMAN  
SAUDI-ARABIEN  
SINGAPUR  
SÜDAFRIKA  
SÜDKOREA  
SYRIEN  
TAIWAN  
UGANDA  
VEREINIGTE ARABISCHE  
EMIRATE  
VOLKSREPUBLIK CHINA

# GRUNDIG AG MANAGEMENT-HOLDING

Dr. Kohlhammer

Dr. Saalfrank

Dr. Moissl

Kister

Konzernstrategie

Forschung und Vorentwicklung

Öffentlichkeitsarbeit

Entwicklung HIS

Zentrales Qualitätsmanagement

Einkauf/Logistik

Restrukturierung

Finanzen/Administration/  
Personal

## Operative Einheiten

Home InterMedia  
System (HIS)  
Klippel

Digital InterMedia  
System (DIS)  
van Driel

Car InterMedia  
System (CIS)  
Krauss

Business Systems  
Rinck

Produktion  
Dr. Saalfrank

Spezialisierte  
Geschäftsfelder

## MISSION STATEMENT

Unsere strategische Zielsetzung ist es, Produkte der Unterhaltungselektronik zu entwickeln, zu produzieren, erfolgreich zu vertreiben und sie in einem multimedialen System zu vernetzen, das Bilder, Töne, Daten und andere Informationen kabellos an jede gewünschte Stelle im Haus oder Auto bringt, in höchster Qualität, leichter Bedienbarkeit und anspruchsvollem Design.

Unsere Assets sind ein überragender Markenname, hohe Kompetenz in digitaler Technologie, leistungsbereite Mitarbeiter und ein in der Steuerung von Wandlungsprozessen erfahrenes Management.

## INHALT

Vorwort des Vorstands 2 • Strategie 6 • Marketing 12

Forschung, Entwicklung und Produktion 18 • Human Resources 24

Finanzinformationen 29 • Beteiligungsübersicht 56 • Bericht des Aufsichtsrats 58

Organe 60 • Impressum



## SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN, LIEBE FREUNDE DES UNTERNEHMENS,

Grundig befindet sich in einer sehr schwierigen Phase. Die Märkte wandeln sich rasant und Unternehmen, die diesen Wandel nicht antizipieren, haben auf Dauer keine Chance. Wir sind seit knapp einem Jahr dabei, Grundig von Grund auf zu reorganisieren, Stärken hervorzuheben und Schwächen zu eliminieren. Es ist ein steiniger und schmerzhafter Weg. Aber wir spüren, dass die Notwendigkeit dramatischer Veränderungen akzeptiert wird und dass die Einsicht wächst, nicht der Markt braucht Grundig, sondern Grundig den Markt.

Das Geschäftsjahr 2001 war gemessen an den betrieblichen Kennzahlen katastrophal. Der Umsatz ist auf 1.280 Millionen Euro zurückgegangen, das Ergebnis hat sich drastisch verschlechtert. Vor Steuern erlitt Grundig einen Verlust von mehr als 94 Millionen Euro und der Jahresfehlbetrag ist nach Berücksichtigung des außerordentlichen Ergebnisses auf 150 Millionen Euro gestiegen. Der kumulierte Bilanzverlust von 193,8 Millionen Euro hat das Eigenkapital nahezu aufgezehrt. Die Liquiditätslage ist angespannt.

Die nackten Zahlen aber reflektieren nur einen Teil der Wirklichkeit. Es gibt Lichtblicke. In den letzten Monaten des Jahres haben sich die Ergebnisse spürbar verbessert und die Bruttospaune ist unserer Zielmarke erheblich näher gekommen. Die Zahlen verdecken zudem, dass der Umbruch im Unternehmen voll im Gange ist. Das Berichtsjahr war geprägt von der schonungslosen Behandlung der Probleme, die sich in der Vergangenheit bei Grundig aufgetürmt hatten, und die wir der Not gehorchend ein für allemal in Angriff genommen haben. Die tiefen Einschnitte, die der Zukunftsgestaltung des Unternehmens dienen, erstrecken sich auf alle Ebenen und Geschäftsfelder. Tabus gibt es nicht; das ist zum Teil außerordentlich schmerzhaft, aber unumgänglich.

Die neue Grundig AG ist in ihren Konturen bereits klar erkennbar. Die veränderte Organisation mit einer Management-Holding und sechs operativen Einheiten orientiert sich am Markt und verleiht dem Unternehmen mehr Schlagkraft, größere Flexibilität und höhere Reaktionsgeschwindigkeit. Die Holding steuert und kontrolliert die gesamte Gruppe, die operativen Einheiten agieren eigenständig, mit größerem Entscheidungsspielraum und wachsender Verantwortung am Markt.

v.l.n.r.

**»Wir haben die Weichen für die neue Grundig AG gestellt. Jetzt gilt es, sie mit neuen Partnerschaften wieder erfolgreich zu machen.«**

Wilhelm H. Kister

Vorstand für Unternehmensentwicklung (seit 1. Juli 2001)

Geb. 11. April 1942 in Bochum  
Studium der Elektrotechnik (Dipl.-Ing.)

**»Unsere technischen Bereiche setzen Maßstäbe durch hohe Innovationskraft und gewährleisten langfristig den Erfolg von Grundig.«**

Dr. Werner Saalfrank

Vorstand für Forschung, Entwicklung, Produktion, Einkauf, Logistik (seit 1. Juli 2001)

Geb. 20. April 1955 in Rothenburg o.T.  
Studium der Elektrotechnik/Nachrichtentechnik  
Promotion: Dr.-Ing.

**»Wir wollen von der Marke Grundig wieder mehr profitieren – als herausragende Alternative für technisch anspruchsvolle, gleichzeitig äußerst bedienerfreundliche und zeitlos schön designte Consumer Electronics.«**

Dr. Hans-Peter Kohlhammer

Vorsitzender des Vorstands, zuständig für Strategie, Marketing, Vertrieb, Qualität, Öffentlichkeitsarbeit (seit 10. Mai 2001)

Geb. 31. Januar 1947 in Rothenbergen (Hessen)  
Studium der Mathematik und Physik  
Promotion: Dr. rer. nat. (Fachgebiet Mathematik)

**»Mit kompetenten und engagierten Mitarbeitern werden wir es schaffen, das Unternehmen wieder auf eine zukunftsfähige finanzielle Basis zu stellen.«**

Dr. Günter H. Moissl

Vorstand Finanzen & Controlling, Personalwesen (seit 12. Oktober 1998) und Informationstechnologie, Recht & Revision (seit 1. Januar 2001)

Geb. 30. März 1944 in Wien  
Studium der Rechtswissenschaften  
Promotion: Dr. jur.





Die strategische Ausrichtung ist neu definiert. Grundig hat in der Consumer Electronics immer hohe Qualitätsstandards gesetzt. Daran wird sich nichts ändern.

Unsere Ziele sind klar gesteckt. Wir streben für die Technologiemarkte Grundig eine viel stärkere Rolle in Europa an. Wir werden sowohl im Breitenmarkt als auch im Premiumsegment feste Positionen beziehen.

Ziele zu formulieren ist leicht, sie zu erreichen schwerer. Fest steht, dass wir es mit der alten Grundig AG nicht schaffen. Deshalb haben wir im Berichtsjahr mit einer weitreichenden Neuorientierung begonnen. Die Fortschritte sind ermutigend. Mit der Messtechnik und dem Formenbau haben wir uns von den ersten nicht-strategischen Bereichen getrennt. Weitere werden folgen. Die Verlagerung der TV-Produktion nach Wien und die Vergabe der Kleingeräteproduktion in die Türkei haben zu deutlichen Verbesserungen in der Kostenstruktur geführt. Die Bestände bei Fertigwaren und Fabrikvorräten sind deutlich abgebaut, die Beschaffungskosten reduziert und das Produktportfolio erheblich gestrafft worden. Die Überleitung vom Exportunternehmen Grundig zu einem internationalen Unternehmen ist auf gutem Weg.

Das im Unternehmen vorhandene Potenzial ist in den vergangenen Jahren nicht verloren gegangen, muss aber neu forciert und weiterentwickelt werden. Die Fundamentaldaten machen Hoffnung, dass die Neuaufstellung gelingt. Der endgültige Durchbruch ist dennoch nicht sichergestellt. Sanierung lässt sich nicht per Knopfdruck bewerkstelligen. Vor uns stehen noch gewaltige Hürden, die wir sehr rasch nehmen müssen.

Zum einen haben die Veränderungen bei Grundig noch zu keinem entsprechenden Wandel des Markenbilds geführt. Wir müssen aber Grundig im Bewusstsein der Verbraucher wieder als Vorreiter neuer Ideen für die Gestaltungsmöglichkeiten moderner Consumer Electronics und Informationstechnik verankern. Den Namen Grundig kennt fast jeder, aber wir wollen mehr: Wir wollen erreichen, dass die Produkte dieser Marke mehr Emotionalität und Faszination transportieren. Es wird Zeit und Geld kosten, Grundig in der öffentlichen Meinung dort zu positionieren, wo es hingehört.

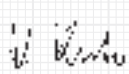
Zum anderen müssen wir intern eine Unternehmenskultur entwickeln, die mit dem Vertrauen in überkommene Strukturen bricht. Mehr als 13 Jahre hat der vorherige Großaktionär beinahe alljährlich bei Grundig die Verluste ausgeglichen. Im Unternehmen muss das Verständnis verstärkt werden, dass nur wirtschaftliches Agieren die Basis für zukünftigen Erfolg ist. Unsere Vision können wir nur erfüllen, wenn wir unsere unternehmerischen Ansprüche auf allen Ebenen in der Belegschaft, vor allem auch in der Unternehmenskultur, durchsetzen. Wir brauchen ein Selbstverständnis, das auf Teamgeist, Entscheidungsbereitschaft und Motivation beruht und gewinnorientiertes Verhalten als unabdingbaren Beitrag zum Gesamterfolg versteht.

Unser ganzes Potenzial und unsere ganze Kompetenz nützen schließlich nur, wenn wir das Geld für die Weiterentwicklung des Unternehmens zur Verfügung haben. Wir können die Ziele, die wir für attraktiv und Erfolg versprechend halten, nur mit Hilfe eines strategischen Investors oder Finanzpartners erreichen. Wir benötigen zusätzliches Kapital für zielgerichtete Investitionen und für die Entschuldung des Konzerns. Die Investmentbank Dresdner Kleinwort Wasserstein unterstützt uns bei der Suche. Wir sind in vertiefenden Gesprächen mit einer Reihe von Finanzinvestoren und strategischen Investoren aus dem In- und Ausland. Die Zeit ist knapp. Bis Ende Juni erwarten wir ein Ergebnis.


Es gibt werthaltige Trümpfe für eine erfolgreiche Zukunft bei Grundig: hoher Marken-Bekanntheitsgrad und hohe Kaufbereitschaft, gute Positionen in den deutschsprachigen Märkten, durchgängige europäische Präsenz, große Vertriebsdichte, kabellos integrierte InterMedia Systeme mit modernem Design und leichter Bedienung, ausgereifte Kompetenz in der Digital-Technologie und erfahrenes Management bei der Steuerung von Wandlungsprozessen. Es ist auch kein Investment in den blauen Dunst: Wir wissen sehr genau, wie Grundig zu retten und in diese erfolgreiche Zukunft zu führen ist. Unsere existenzielle Aufgabe ist es, andere davon zu überzeugen.

Das neue Geschäftsjahr wird nicht leichter als 2001. Nach wie vor lastet große Ungewissheit über der weiteren Entwicklung des Unternehmens. Aber es ist klar erkennbar, dass das Unternehmen zum Wandel bereit und in der Lage ist – und ihn begonnen hat. Wir werden weiter mit großem Nachdruck an dem Turnaround arbeiten, auch wenn wir die Verlustzone voraussichtlich erst im Jahr 2003 verlassen werden. Wir vertrauen in dieser kritischen Phase auf das Engagement unserer Mitarbeiter, denen wir an dieser Stelle Dank sagen für ihren Einsatz und ihre Leistungsbereitschaft, für ihren kompetenten Beitrag und für den erkennbaren Willen zu konstruktiver Zusammenarbeit bei der Verfolgung unserer Ziele. Wir schließen in diesen Dank unsere Geschäftspartner, unsere Kunden, unsere Anteilseigner und unsere Banken mit ein. Ihr Vertrauen ist die Basis unserer Arbeit und letztlich unseres Erfolgs.

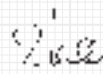
Nürnberg, im März 2002



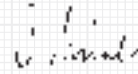
Wilhelm H. Kister



Dr. Werner Saalfrank



Dr. Hans-Peter Kohlhammer



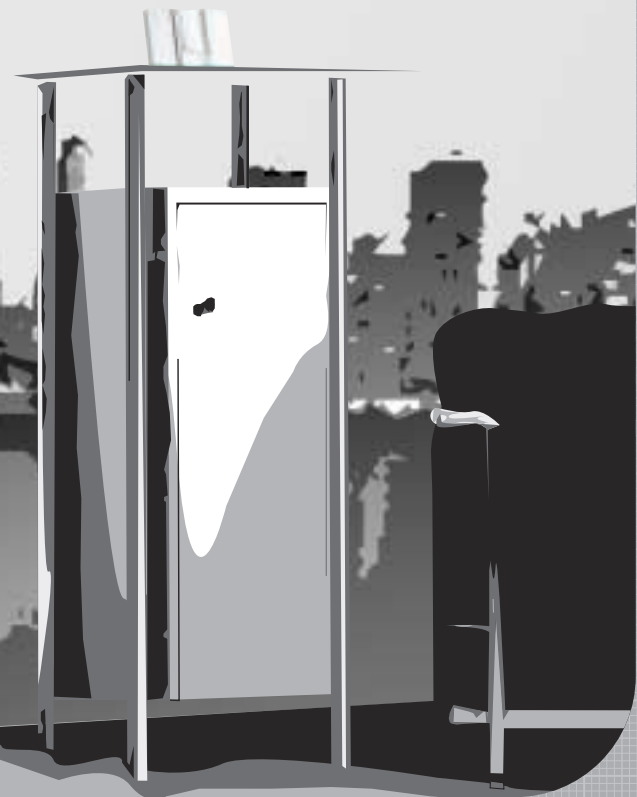
Dr. Günter H. Moissl



Engelbert Schipper, **Grundig Car InterMedia System (CIS) – Controlling**,  
Alexander Wottgen, **Konzerncontrolling**, mit dem Fine Arts Fonion

# DIE ZUKUNFT HAT BEREITS BEGONNEN

- Konzentration auf vernetzte Systeme
- Aus einer Hand, digitalisiert, kabellos,  
bedienerfreundlich, überzeugend im Design
- Schwerpunkt im Haus und Auto
- Gestraffte und wertige Produkt-Range
- Schlanke, marktorientierte Struktur





Das herausragende Neumeister Design gibt dem Fine Arts Fonion sein unverwechselbares Gesicht und macht es zum absoluten Highlight der neuen Telefon-Range.

## » KLEINERER FOKUS, GROSSE PERSPEKTIVEN «

### Faszination der Consumer Electronics

Der Markt für Consumer Electronics ist hart umkämpft. Der scharfe Wettbewerb bringt es mit sich, dass Kriterien wie Zuverlässigkeit, Bild- und Tonqualität, Preiswürdigkeit oder Verwendung modernster Technologie nicht mehr zur Beanspruchung von »unique selling propositions« taugen. Vom Wettbewerb heben sich Anbieter ab, deren Marken Emotion und Faszination übermitteln und die Individualität und Exklusivität ausstrahlen. Die Produkte müssen begehrenswert sein und den Kunden Anregungen geben, welche neue, auch interaktive Welt die Consumer Electronics zu öffnen in der Lage ist.

### Unsere Vision: Multimedia ohne Grenzen

Aus diesen Markterfordernissen leiten wir unsere Strategie ab. Grundig wird seinen Kunden in Zukunft klassische Produkte der Unterhaltungselektronik anbieten, die zu individuell vernetzbaren Systemen ausgebaut werden können und die die ganze multimediale Welt erschließen: aus einer Hand, digitalisiert, interaktiv und weitgehend kabellos. Wir wollen Grundig zu einer marktführenden Technologiemarke im Haus und im Automobil machen. Grundig InterMedia Systeme werden Bilder, Töne und Daten kabellos an jeder Stelle im Haus oder im Auto zugänglich machen. Das ist unsere Vision von einer grenzenlosen multimedialen Welt.

### Unsere Mission: Kundennutzen mehren

Die Bausteine, die wir zum Brückenschlag in die multimediale Zukunft brauchen, definiert die Grundig Mission. Unsere Kernkompetenz muss intensive Kundenorientierung sein.

- Von der Komponente zum System. Wir bieten dem Kunden komplett aufeinander abgestimmte Lösungen für seine individuellen Ansprüche.
- Digitale Technologien. Künftig werden Geräte nicht nur unter ihrem Gehäuse digital arbeiten, sondern das gesamte System wird digitalisiert und auf dieser Basis miteinander kommunizieren.
- Nahtlose Integration. Einzelne Komponenten bilden nicht das System, sondern ein Gesamtsystem erfüllt alle Anforderungen.
- Problemlose Erweiterbarkeit. Jeder Käufer unserer modernen Fernsehgeräte kauft auch ein Stück Zukunft. Über Schnittstellen können diese Geräte mit Software aktualisiert oder um neue Komponenten erweitert werden.

- Kundennutzen im Fokus. Kunden mit immer komplizierterer Technik zu locken, ist Vergangenheit. Heute heißt das Credo, technische Möglichkeiten noch leichter nutzbar zu machen.
- Breiten- und Premiummarkt im Visier. Grundig bietet im Premiumsegment anspruchsvolles Design zu akzeptablen Preisen, aber keine Billigprodukte. Unser Fokus richtet sich damit sowohl auf das High End als auch auf den attraktiven Teil des Volumenmarkts.
- Mitarbeiter als Säule des Erfolgs. Die besten Produkte, die beste Technik und die beste Aufstellung helfen nichts, wenn es nicht im Unternehmen die Menschen gibt, die mit Engagement, Kompetenz und Leistungsbereitschaft bei der Sache sind.

## Elemente unserer Strategie

### Konzentration auf Kernsegmente

Wir haben drei große Bereiche als Geschäftsfelder der Zukunft definiert. Home InterMedia System (HIS) steht für multimediale Systeme im Haus mit entsprechenden Schnittstellen zum Auto. Jede einzelne HIS-Komponente lässt sich von Beginn an erweitern und ist auf nahtlose Integration in die künftige multimediale Welt ausgelegt. Home InterMedia System umfasst alle Bereiche der Unterhaltungselektronik und Kommunikation. Der klassische Fernseher ist Basisgerät für ein System aus HiFi, DVD, digitalem Festplattenrecorder, Internet, Kabel und Telefon. In Sichtweite rückt die intermediale Vernetzung im Haus mit dem Auto und mit Schnittstellen zum PC oder Personal Digital Assistant (PDA).

Das zweite Kernsegment ist Digital InterMedia System (DIS). Digitalempfänger und Set Top Boxen sind das Bindeglied zwischen den Programmanbietern auf der einen Seite und dem TV-Gerät auf der anderen. Die Art der Übertragung – terrestrisch, per Satellit oder Kabel – bestimmt der Anbieter, der auch die speziellen Standards und Spezifikationen für das Empfangsgerät definiert.

Mit fast zwei Millionen verkauften Digital Set Top Boxen in England besitzt Grundig eine hervorragende Ausgangsposition im Markt. Die Position soll zu der eines weltweit führenden Anbieters ausgebaut werden. Die Verwendung von flexiblen Digital InterMedia System Plattformen versetzt Grundig in die Lage, die Entwicklung von neuen Produkten zu beschleunigen und schnell auf Marktveränderungen zu reagieren. Die bisherigen Grundfunktionen der Geräte werden in naher Zukunft mit der Möglichkeit eines vollen Internetzugangs ergänzt. Die Erweiterung durch eine Festplatte macht aus einer Empfangsbox einen digitalen Festplattenrecorder. In einer letzten Stufe wird Digital InterMedia System auch mit den Welten von Home InterMedia System und Car InterMedia System vernetzt.

Car InterMedia System (CIS) stellt die Kommunikation, Information und Unterhaltung für Autofahrer sicher. Die von Grundig zur Verfügung gestellte Plattform zum Aufbau eines multimedialen Netzwerks umfasst Autoradios, Soundelemente, Navigation, Telematik, Multimedia und Infotainment als Verbindung zwischen Information und Kommunikation. Als Systemintegrator bedient sich Grundig dabei aller Elemente des Technologie-Baukastens. Intelligente Schnittstellen zu Home InterMedia System werden in den kommenden Jahren für die Vernetzung zwischen stationärem Leben zu Hause und moderner Mobilität sorgen.



Die neu gegründete Business-Division Professional SAT-Systems beschäftigt sich insbesondere mit Vertrieb, Marketing, Entwicklung und Produktion von Kopfstationen (professionelle Empfangseinheiten, die Satellitensignale in Kabelsignale umwandeln und diese in die Netzebene 4 einspeisen, um damit von Wohnhäusern bis zu ganzen Ortsteilen die Menschen mit Radio- und Fernsehprogrammen zu versorgen). Im Bereich dieser Kopfstationen sehen wir mittel- und langfristig profitable Wachstumspotenziale, speziell in Süd- und Osteuropa.

### Fokus stärker auf hochwertige Produkte

Grundig ist in allen Teilmärkten der Consumer Electronics aktiv. Unser Ziel ist, die Marke hochwertig im mittleren und Premiumpreissegment zu etablieren. Wir profilieren uns durch ansprechendes Design zu vernünftigen Preisen. Optimale Qualität definieren wir als Treffen der Endverbraucher-Erwartungen. Wir erreichen unsere Qualitätsansprüche, wenn unsere Geräte die Erwartungen des Kunden erfüllen. Unsere Produktpolitik atmet. Das Portfolio haben wir im vergangenen Jahr erheblich gestrafft. Den Vertrieb von Camcordern, TV-Kombis und Mono Videogeräten (in manchen Ländern) haben wir aufgegeben. Neue Produkte kommen. Grundig gehört zu den wenigen Unternehmen in Europa, die eine selbst entwickelte DVD-Player-Range produzieren. Mitte des Jahres werden wir eine neue Generation von flachen Fernsehern in den Markt bringen. Ihnen wird der neue Fine Arts LCD-Fernseher als erstes Gerät mit einem 23-Zoll-Breitbild am Markt folgen.

Die Zukunft, die wir mit Grundig InterMedia System einleiten, hat bei unseren Geräten schon begonnen. Die TV-Geräte der neuen Serie Lenaro sind mit ihren digitalen Chassis absolut zukunftssicher. Die vielfach ausgezeichnete Premiumreihe Fine Arts ist eine in der Geschichte der Unterhaltungselektronik einmalige Kombination von klaren und wertigen Designelementen, innovativer Technik, zukunftssicherer Modularität, echtem Bedienkomfort und starker Performance. Fine Arts PlanaVision mit integriertem DVD-Player ist ein Modell der dritten Generation wegweisender Plasma-Fernseher. Das Fine Arts HiFi-System Audion ist das erste und einzige kabellose Multiroom-System der Welt, das selbst durch Decken und Wände Audio- und Bedienungssignale zu den Boxen transportiert. Bei der Verwirklichung unseres strategischen Ziels, die Grundmarke wertsteigernd zu nutzen, spielt Fine Arts eine entscheidende Rolle. Das Programm ist gleichsam unsere Visitenkarte.

### Strategische Partnerschaften

Unser im März 2001 verabschiedetes Business-Konzept basiert auf der strategischen Grundsatzentscheidung, für den Gesamtkonzern einen Finanzinvestor oder strategischen Partner zu suchen. Über den Verkauf von Anteilen bis zu 49 % an der Grundig AG wollen wir neue finanzielle Mittel generieren, um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und unsere Technologieführerschaft zu wahren. Für die Systemintegration müssen wir deutlich in Forschung und Entwicklung, in Marketing sowie in Anlagen und Werkzeuge investieren. Wir erwarten uns aus einer Partnerschaft zu dem Unterstützung bei der Erschließung jener Märkte, die die Grundig AG aufgrund vertraglicher Verpflichtungen mit dem früheren Mehrheitsgesellschafter vor allem in Fernost aufgeben musste.



Das InterMedia System Lenaro erschließt durch seine Synergie aus Technologie, Design, Interaktion und Modularität neue TV-Dimensionen.

Eine Partnerschaft bereiten wir ferner in unserem Geschäft mit der Automobilindustrie vor. Wir haben Car InterMedia System mit eigener Entwicklung, Produktion und Vertrieb selbstständig organisiert und werden unserem Partner bis zu 49 % der Anteile zur Verfügung stellen. Das große und rentable Kerngeschäft CIS soll weiter ausgebaut und internationalisiert werden. Wir suchen sowohl neue Kunden als auch neue Märkte. Wir versprechen uns von dieser Partnerschaft Synergien in Forschung und Entwicklung, in der Beschaffung und besonders im Vertrieb. Die Perspektiven des Kerngeschäfts CIS sind günstig. Unter anderem werden wir Ende des Jahres mit der Auslieferung von Produkten eines integrierten Infotainment-Systems aus einem Großauftrag an VW beginnen.

Schließlich beabsichtigen wir, unser Geschäftsfeld Business Systems, das auf die Entwicklung und Fertigung von digitalen Diktiergeräten und Systemen ausgerichtet ist, zu veräußern, um durch einen Erwerber eine intensivere Fokussierung zu erreichen. Business Systems hat in Deutschland eine führende Marktstellung und ist profitabel. Die Entwicklung am Markt geht rasant vom herkömmlichen analogen Diktiergerätegeschäft zum digitalen Diktieren.

### **Schlanke, am Markt orientierte Struktur**

Zentrale Elemente unserer strategischen Neuausrichtung sind die Schaffung einer internen Struktur, die den Anforderungen des Markts entspricht, und die Umsetzung eines Restrukturierungs- und Desinvestitionskonzepts auf allen Ebenen des Unternehmens. Im Berichtsjahr ist eine Vielzahl von Maßnahmen realisiert worden, ohne dass ein Ende des Prozesses vorgesehen ist. Richtungsweisend für die Gesamtgruppe ist die neu installierte Management-Holding, die derzeit sechs Divisionen als operative Einheiten führt und die personell neu besetzt ist. Das entschieden zu breite Produktionsprogramm haben wir rigoros unter dem Aspekt der Ertragsfähigkeit durchforstet. Die Fertigwaren- und Fabrikbestände mit Reichweiten teilweise bis zu einem Jahr sind bereits um ein Drittel reduziert worden und werden weiter reduziert. Im Einkauf haben wir erheblich eingespart. Im Zuge der Konzentration auf das Kerngeschäft sind die Geschäftsfelder Messtechnik und Formenbau sowie Großimmobilien verkauft worden. Das Geschäftsfeld Hotelkommunikation werden wir in eine neue eigenständige Firma einbringen und für einen interessierten Minderheitspartner attraktiv machen.

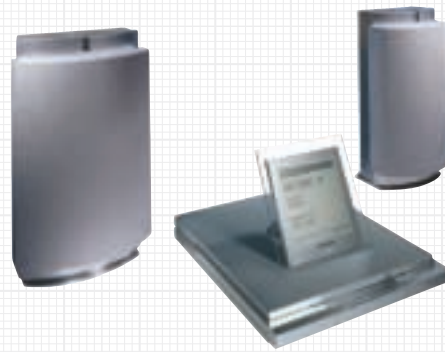


Sabine Meissner, **Grundig Home InterMedia System (HIS) – Marketing Communication**,  
mit dem neuen Autoradio Allixx und dem Navigationssystem GPS 3



## VON DER TRADITION ZUR FASZINATION

- Marketing-Konzept für Produkte von morgen
- »Opinion Leader« als wichtige Zielgruppe
- Führende Vertriebsorganisation in Europa
- Neues Konditionenkonzept
- Stützpunkte in aller Welt



Die avantgardistisch und aufregend gestaltete HiFi-Anlage Fine Arts Audion kann sowohl als Standgerät als auch in frei schwebender Optik an der Wand platziert werden.

## » ANSPRUCHSVOLLE PRODUKTE FÜR ANSPRUCHSVOLLE KUNDEN «

### Grundig – eine Marke mit klassischen Stärken

In einem Drittel aller deutschen Haushalte stehen Fernseher von Grundig. In Deutschland gibt es praktisch keinen Händler, der nicht Geräte von Grundig im Sortiment führt. Die Marke ist der Bevölkerung zu 95 % bekannt, 55 % sind bereit, Grundig Produkte zu kaufen. Das Vertrauen in die Qualität ist hoch und das Design anerkannt. Im Marktsegment Fernsehen nimmt Grundig mit einem Anteil von mehr als 19 % in Deutschland die führende Position ein.

Dies sind die traditionellen Stärken der Marke Grundig. Das herkömmliche Markenbild hat sich in den vergangenen Jahren nicht wesentlich verändert. Verändert aber hat sich Grundig. Unsere Vision von moderner Consumer Electronics führt weg vom Einzelprodukt hin zum Systemgedanken. Grundig verfügt heute bereits über die Produkte von morgen. Sie repräsentieren den höchsten technischen Standard, überzeugen durch Design, setzen Trends und vermitteln Lifestyle. In dem dynamischen Prozess von analoger zu digitaler Übertragung leisten wir Pionierarbeit. In der Applikation von Standardkomponenten zu kompletten Systemen sind wir Technologieführer. Der Marktauftritt von Grundig hat diese Metamorphose des Unternehmens dem Verbraucher noch nicht vermitteln können. Im Bewusstsein der Kunden hat sich die Marke als zuverlässig, qualitativ hochwertig und sympathisch verankert, nicht aber als faszinierend, emotional und zukunftsorientiert.

### Eine Marke, die Zukunft vorwegnimmt

Die im Berichtsjahr eingeleitete neue strategische Aufstellung von Grundig verfolgt im Kern eine Neupositionierung der Marke. Wir wollen unsere traditionellen Zielgruppen nicht vernachlässigen, aber die Marke Grundig hochwertiger machen und mit unseren Produkten neue, exklusivere Kundensegmente ansprechen. Das setzt eine erhebliche Verstärkung unserer Kommunikationsmaßnahmen voraus. Das von uns entwickelte Marketing-Konzept baut auf den traditionellen Stärken des Unternehmens auf, schlägt aber gleichzeitig die Brücke von der herkömmlichen Welt der Unterhaltungselektronik hin zur intermediären Vernetzung mit dezentralen Bild- und Tonquellen und modularer Erweiterungsfähigkeit. Zentrale Bedeutung in diesem Konzept hat das Grundig Inter-Media System, das nicht nur die Zukunft der Unterhaltungselektronik beschreibt, sondern auf alle

Produkt- und Zielgruppen abstrahlt. Die Integration aller Kommunikationsmaßnahmen unter diesem markenstrategischen Dach sorgt für einen international geschlossenen Auftritt der Marke Grundig, bei dem nicht die einzelnen Produkte die Botschaft sind, sondern die Marke Grundig und ihre neue Faszination.

### Die »Opinion Leader« im Visier

Von den Stärken der Marke Grundig sind bislang vor allem die Zielgruppen des »wertorientierten Käufers« oder des »produkt- und nutzenorientierten Käufers« angesprochen worden. Diese eher traditionellen Kundengruppen haben für uns nach wie vor hohes Erhaltungspotenzial. Das Konzept des Grundig InterMedia Systems erweitert unseren Fokus auf Verbraucher, die der Markenname Grundig bisher nur unzureichend emotionalisiert hat. Erweiterungspotenzial sehen wir in den Zielgruppen »statusorientierte Käufer« und »Opinion Leader«. Die Erschließung dieser neuen Käufergruppen gründet auf unserer Fähigkeit, innovative und designorientierte Produkte zu entwickeln. Das Infotainment-System Lenaro und die Premiumsubmarke Fine Arts setzen in dieser Richtung Meilensteine. Sie sind der Hebel, um die von uns angestrebte Verlagerung von quantitativem zu qualitativem Wachstum zu beschleunigen.

Mit dem Fokus auf diese vier Käufergruppen erreichen wir mehr als die Hälfte der Verbraucher. Die Gruppe der »jungen unabhängigen Käufer« sprechen wir mit Trendprodukten aus dem Bereich Audio an. Dem »sparsamen« Käufer offerieren wir Geräte, die preislich für Normalverbraucher erschwinglich sind. Kein Terrain für die Marke Grundig ist der Massenmarkt. In ihm sind wir bewusst nur mit unserer Zweitmarke vertreten.

### Vertrieb – partnerschaftlich und kundenorientiert

Die kommunikative Marketing-Offensive begleiten wir mit einer weiteren Stärkung unserer Vertriebs- und Dienstleistungsorganisation. Die über viele Jahre erfolgreich eingeführten Strukturen sind die Grundlage für erstklassigen Kundenservice. Speziell für den Fachhandel haben wir das B2B Grundig P@rtner Web eingerichtet, das online für einen schnellen Bestell- und Kundenservice rund um die Uhr sorgt und schrittweise in allen europäischen Ländern etabliert werden wird.

Im Bereich Car InterMedia System streben wir eine führende Position als Systemlieferant in der Erstausrüstung der internationalen Automobilindustrie an. Gleichzeitig werden wir das Handelsgeschäft wieder forcieren. Die drei Distributionswege für Car InterMedia System sind OEM (Original Equipment Manufacturer), Importeure und Handel. Als globaler Systemlieferant der Automobilindustrie sind wir früh in die Konzeption und Entwicklung von Car Infotainment-Produkten eingebettet und können deshalb fahrzeugspezifische Geräte und Lösungen für die Erstausrüstung bieten. Die enge Zusammenarbeit bedingt, dass wir unseren Kunden auf dem Weg der Globalisierung folgen. Dazu brauchen wir Partner. Den Importeuren stellen wir Basis- und angepasste Standardprodukte zur Verfügung, über den Handel bedienen wir die Endgebraucher mit innovativen und attraktiven Produkten für die Nachrüstung. Im Bereich Digital InterMedia System steht die Bildung starker Partnerschaften zu den international wichtigen Pay-TV-Anbietern im Mittelpunkt unserer Vertriebs- und Dienstleistungsaktivitäten.



## Neue Konditionenkonzepte

Grundig verfügt in Europa über die drittgrößte Vertriebsorganisation in der Unterhaltungselektronik. Insgesamt werden unsere Produkte in fast 70 Ländern weltweit verkauft. Ein dichtes und geografisch ausgewogenes Vertriebsnetz mit mehr als 30.000 Verkaufsstellen allein in Europa schafft Kunden-nähe.

Unsere Beziehungen zum Handel sind traditionell partnerschaftlich und beständig. Wir pflegen sie mit Beratung an Ort und Stelle, kostenloser Produkt- und Beratungsschulung für die Verkäufer und mit Maßnahmen der Verkaufsförderung wie hochwertige Präsentationskonzepte, Produktinformationen, Kataloge, Displays, Shop-in-Shop-Systeme sowie Direktmarketingaktionen und Aktivitäten am Point of Sale. Wir bauen unser Customer Relationship Management aus, um gemeinsam mit dem Handel den Kontakt zwischen der Marke und dem Kunden noch zu intensivieren. Wir werten Kundendaten systematisch aus und wandeln sie in zielgruppengerechte Direktmailingaktionen um. Für Großkunden und für unsere Fine Arts Linie betreiben wir ein internationales Key Account Management.

Im Zuge der höherwertigen Positionierung der Marke Grundig haben wir unser Handelskonditionenkonzept und auch das Vertriebssteuerungs-System modifiziert. Der Handel wird davon erheblich profitieren, wenn er dem Uptrading der Marke folgt.

Ein wichtiges Bindeglied zu unseren Kunden sind die Grundig Fachhandelsinitiative (GFI) und die Elite-Mittelstand-Aktivität (E.M.A.), denen mehr als 9.000 Händler in Deutschland und Europa angeschlossen sind. Diese Fachhändler haben über spezielle Gremien Einfluss auf die Produktgestaltung und andere vertriebspolitische Entscheidungen. Der Erfolg dieser Organisationsform spiegelt sich in der hervorragenden Absatzentwicklung des Exklusivprogramms Cityline/Super Elite wider.

## In ganz Europa im Bilde

Wir bewegen uns in einem Markt, der extrem innovativ, wettbewerbsintensiv und volkswirtschaftlich bedeutsam ist. Mit Unterhaltungselektronik werden in Europa rund 34 Milliarden Euro umgesetzt. Dieser Markt ist im Berichtsjahr um rund 2 % gewachsen. Wachstumstreiber sind Fernseher mit Features wie 100 Hz, Breitbandformat, Realflat-Bildröhre und Dolby Digital sowie DVD-Player. Kennzeichnend für den Markt sind die fortschreitende Digitalisierung und Polarisierung von billiger Massenware und Premiumprodukten. Unsere konsequente Produktentwicklung und Zielgruppen-Strategie erlaubt es, diese Trends mitzuprägen. Um den Besonderheiten der einzelnen Märkte viel mehr als bisher Rechnung zu tragen, haben wir internationale Produktteams gebildet.

Unsere wichtigsten Bastionen sind traditionell die europäischen Länder. Wir sind in allen Märkten der Europäischen Union präsent, außerdem in Slowenien, Ungarn, Polen, Tschechien und der Slowakei. Insgesamt verfügen wir in Europa in 20 Ländern über eigene Gesellschaften. Unsere Kernmärkte sind Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien und Großbritannien. Die Bedeutung des deutschen Markts ist überragend. Am Gesamtmarkt Unterhaltungselektronik haben wir im Berichtsjahr unseren Anteil von 10,9 % auf 11,1 % ausgebaut. Wir sind drittgrößter Marktteilnehmer in Deutschland. Bei Fernsehgeräten sind wir mit einem Anteil von 19,1 % führend. Die neue DVD-Gerätefamilie, die wir selbst produzieren, deckt alle Preissegmente ab und ist mit 4 % am Markt beteiligt.

Auf ausländischen Märkten wickeln wir 60 % unseres Umsatzes ab. Der Geschäftsgang in Europa war bei vielen Vertriebsgesellschaften durch die Bereinigung des Produktportfolios um Camcorder und TV-Recorder negativ beeinflusst. Zweistellig gewachsen ist das Geschäft in Polen. Unsere Marktanteile im Bereich Fernseher liegen in Europa gemessen an der Menge bei 7,2 %, bezogen auf den Wert bei 7,5 %. In England sind wir in führender Position bei Set Top Boxen, unser deutscher Marktanteil in diesem Segment erreicht 18 %.

### Stützpunkte rund um den Globus

Wir wollen kein global player sein, haben in den vergangenen Jahren aber neue Märkte außerhalb West- und Mitteleuropas besetzt. Unsere Strategie zielt auf einen kleinen Kreis überschaubarer Märkte, die wir sorgsam pflegen und ausbauen wollen. Eigene Niederlassungen bestehen in Australien und Dubai, eine Repräsentanz unterhalten wir in Moskau. In Dubai stehen Grundig Fernseher im einzigen 7 Sterne Hotel der Welt, dem Burj Al Arab. Im Hotelgeschäft in Dubai hält Grundig einen Marktanteil von 80 %, in der Region Middle East von mehr als 40 %. Allein im Jahr 2001 sind mehr als 10.000 Zimmer mit Grundig Fernsehern ausgestattet worden. In der Türkei und Griechenland arbeiten wir mit Generalimporteuren zusammen. Das Geschäft in diesen Märkten hat im Berichtsjahr erheblich unter den dortigen, sehr schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen gelitten. In China, Malaysia, Singapur und Indien haben wir neue Kooperationsmaßnahmen mit Vertriebsunternehmen eingeleitet. Insgesamt hat der Vertriebsbereich Neue Märkte im Berichtsjahr einen Umsatz von 55,8 Millionen Euro erreicht.



Das neue Fine Arts LCD-TV-System (Liquid Crystal Display) eröffnet innovative Möglichkeiten für die Integration modernster Infotainment-Systeme in anspruchsvolle Wohnambiente.



Manfred Gerlach, **Entwicklungen HIS TV & Support**, Eveline Eger-Engelhardt, **Assistentin Vorstandsbereich Forschung/Entwicklung/Produktion/Einkauf/Logistik**, mit dem neuen Fine Arts Audion

## UNSERE VISION – DER ZUKUNFT EIN STÜCK VORAUS

- Steigende Anforderungen an die Entwicklung
- Führende Rolle in Verbundprojekten
- Fokus auf Home InterMedia System
- Begradigte Produktionsstruktur
- Neu organisierter Einkauf
- Vorreiter in der Kreislaufwirtschaft



Mit der brandneuen Car-Audio Serie Allix bringt Grundig wertiges Design, internationales Flair, höchste Funktionalität und Komfort sowie ausreichend Powerreserven auf die Straßen Europas.

## » WIR ANTIZIPIEREN DIE BEDÜRFNISSE UNSERER KUNDEN «

### Trends in innovative Produkte umsetzen

Grundig beschäftigt in der Forschung und Entwicklung mehr als 400 hoch qualifizierte Mitarbeiter. Die Aufgabenstellung dieses Bereichs hat essenzielle Bedeutung für die weitere Entwicklung des Unternehmens. In der Forschung und Entwicklung werden die Trends und Bedürfnisse des Markts vorausgeahnt und in moderne, innovative Technologien umgesetzt. Wir geben jährlich rund 4 % unseres Umsatzes für diese Investitionen in die Zukunft aus. Es ist die untere Grenze. Aber die Mittel reichen zur Sicherung unserer Spitzenstellung aus, wenn wir die richtigen Menschen einsetzen und wenn wir uns auf das Wesentliche konzentrieren. Basistechnologien gehören nicht zu unseren Forschungsaktivitäten.

Die neue strategische Ausrichtung der Grundig AG mit der Kernvorgabe, die Marke Grundig hochwertiger zu positionieren, stellt noch größere Anforderungen an Forschung und Entwicklung. Wir müssen unsere Expertise auffrischen, unsere Kräfte bündeln und konzernübergreifend noch enger kooperieren. Vor allem aber müssen wir in unserem Produktportfolio kontinuierlich an Verbesserungen und Nachfolgeprodukten arbeiten. In Tests sind unsere neuen Produkte immer an der Spitze. Das zeugt von der Qualität unserer Entwicklungsarbeiten. Es reicht uns nicht. Wir müssen Gutes durch die Anwendung neuer Technologien in einem stetigen Prozess noch besser und noch nutzerfreundlicher machen.

Wir forschen in vier Entwicklungszentren. In Deutschland an den Standorten Nürnberg und Crossen, in Großbritannien in Llantrisant. In San Jose im US-Staat Kalifornien arbeiten 25 Ingenieure und Techniker an der Entwicklung von digitalen Satellitenempfängern für unsere institutionellen Kunden.

### Führende Rolle in Verbundprojekten

Wir konzentrieren uns auf die Themenschwerpunkte drahtlose und leitungsgebundene Gerätevernetzung sowie neue Technologien zur Gerätebedienung. Der Bereich Forschung und Vorentwicklung hat durch den Wissenstransfer in andere Unternehmensbereiche die Strategie der Grundig InterMedia Systeme maßgeblich mitgeprägt. Dem Dreiklang aus Systemvernetzung, schnurloser Technik und hohem Bedienungskomfort gehört die Zukunft. Auf ihn sind alle Aktivitäten ausgerichtet. Wir forschen und entwickeln unter dem Dach mehrerer geförderter Verbundprojekte, in denen Grundig eine wichtige und zum Teil die führende Rolle übernommen hat. Die Kooperation in diesen Projekten ist für uns wichtig. Wir halten Kontakt zu der anwendungsorientierten Forschung, nehmen teil an der Entwicklung neuer Ideen und bleiben internationalem Standard auf

der Spur. Zudem haben öffentliche Forschungsobjekte Magnetwirkung für junge qualifizierte Ingenieure. Über die Vorentwicklung wecken wir ihr Interesse für die spätere marktorientierte Produktentwicklung im Unternehmen Grundig.

Das Projekt EMBASSI, das in enger Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut für grafische Datenverarbeitung von der Grundig AG geführt wird, forciert und begleitet den in den nächsten Jahren durch die Komponenten Digitaltechnik, Gerätevernetzung und Internet zu erwartenden Wechsel von der Bedienung technischer Einzelkomponenten hin zu der Bedienung eines ganzheitlichen, technischen Systems. Meilensteine im Rahmen unserer Arbeit im Projekt EMBASSI setzen integrierte Komponenten wie eine Funkfernbedienung mit grafischem Navigationselement, biometrischer Authentisierung über den elektronischen Fingerabdruck und Sprachübertragung für die sprachgesteuerten Bedienungen des Gesamtsystems. Eine weitere Neuentwicklung ist ein verteilter digitaler Videorecorder mit getrennten Modulen für Signalempfang, Signalspeicherung und Signalanzeige. Die einzelnen Komponenten sind dabei über HAVI (Home Audio Video Interoperability) vernetzt. Der Standard HAVI ist von Grundig durch die Mitarbeit im Board of Directors entscheidend mitgestaltet worden und inzwischen weltweit akzeptiert. Ein einheitlicher Standard für digitale Geräteschnittstellen ist unabdingbare Voraussetzung für die Vernetzung von Gesamtsystemen aus unterschiedlichsten Komponenten.

In dem EU-geförderten Projekt Home-Planet entwickelt Grundig Hardware und Software zur optischen Vernetzung von Geräten mit Kunststofffasern und in dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Vorhaben KOMET werden drahtlose Anbindungen von Einzelgeräten an das Heimnetzwerk realisiert.

Im unternehmenseigenen Usability Lab (Testlabor für Bedienbarkeit) suchen wir nach neuen Wegen zur einfachen Bedienung der Geräte. Umfangreiche Bedienungsanleitungen gibt es bei Grundig Fernsehern nicht mehr. Mit dem Einschalten eines Geräts erklärt sich seine Bedienung und die Einrichtung der Programme in logischen Schritten von selbst. Bei der Fine Arts Serie werden alle angeschlossenen Geräte über eine Fernbedienung gesteuert. Der Electronic Program Guide (EPG) stellt per Knopfdruck das Fernsehprogramm aller Sender, aufgeteilt in Sparten wie Spielfilm oder Sportübertragung, zur Verfügung. Der Electronic Content Guide (ECG) des Festplattenreceivers Selexx erhält via Satellit eine komplette Programmübersicht. Zum Programmieren des Recorders muss nur noch die gewünschte Sendung angeklickt werden.

## Fokus auf Home InterMedia System

Im Mittelpunkt der Entwicklungsaktivitäten im Bereich Fernseher stand die konsequente Chassisumstellung auf die neuen Plattformen Digi 100 (Highend-100 Hz) und CUC 21xx (Midrange 50 Hz). Die Digi 100 Plattform ist auf das oberste Highend-Geräte-Segment ausgeweitet worden. Das Intermedia System Lenaro ist der Grundstein für Home InterMedia System. Ein Ausbau des Geräts durch Nachrüstung von DVB-, digitalem Festplattenrecorder- und Internetmodul wird möglich sein. Die Weiterentwicklung des Chassiskonzepts CUC 21xx für größere Bildformate hat zu erheblichen Kosten- und Variationsreduzierungen in dem 50 Hz-Standard-Bereich geführt. Einen weiteren Höhepunkt stellt die Einführung der von uns zur Marktreife entwickelten DVD-Player-Range dar. Diese Geräte zeichnen sich durch vielseitige Anwendung, einfache Bedienung und Umsetzung höchster Qualitätsstandards aus. In die neuen DVD-Player werden in diesem Jahr konzeptionelle Weiterentwicklungen für eine vollkommen digitale und drahtlose Audio- und Videotechnologie einfließen.



## Konzentration in der Produktion

Die zwingend notwendige Verbesserung der Kostenstruktur hat zu tief greifenden Einschnitten in der TV-Produktion geführt. Die Fertigung von Fernsehern einschließlich Vorprodukten in Nürnberg-Langwasser haben wir eingestellt und in das Werk Wien überführt. Die Verlagerung ist ungeachtet der damit verbundenen sozialen Probleme einvernehmlich mit allen Beteiligten schneller als geplant vollzogen worden. Die gesamte TV-Produktion der Gruppe ist seit Anfang November 2001 in Wien konzentriert. Das Werk wird in diesem Jahr einen Produktionswert von rund 450 Millionen Euro erreichen und 1,3 bis 1,4 Millionen Geräte produzieren. Zur weiteren Reduzierung der Produktionskosten ist auch die Fertigungsstruktur des Werks verändert worden. Die Produktion von 700.000 bis 800.000 Kleingeräten haben wir in die Türkei vergeben. Zudem haben wir eine Außenstelle in Ungarn etabliert, die als verlängerte Werkbank lohnintensive Produktteile für das Werk Wien fertigt.

Die Bündelung der TV-Produktion an einem Standort ist ein wesentlicher Teil der umfassenden Restrukturierung der Grundig AG. Die Maßnahmen sind noch nicht abgeschlossen. In Wien wird es vor allem darauf ankommen, über höhere Stückzahlen die Kapazitätsauslastung zu optimieren. Generell haben wir im gesamten Produktionsbereich Schritte zur Verbesserung der Abläufe eingeleitet. Wir haben Wertanalyseteams gebildet, das Vorschlagswesen besser ausgestattet und zusätzliche Anreize für die Mitarbeiter zur Entwicklung neuer Ideen geschaffen. Was funktioniert, braucht zwangsläufig nicht auch gut zu sein. Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter in der Produktion und auch in allen anderen Bereichen kreativ mitwirken und unproduktive Arbeitsgänge kritisch verfolgen.

Das Werk in Wales ist modernisiert und ausgebaut worden. In Wales ist die Produktion von digitalen Satellitenempfängern und DVD-Spielern konzentriert. Grundig gehört zu den wenigen Anbietern in Europa, die DVD-Geräte selbst entwickelt haben und fertigen.

Hervorragend bewährt hat sich erneut unser Standort Braga in Portugal. In Braga findet unsere gesamte Automotive-Produktion statt, die von Autoradios bis hin zu Navigationssystemen reicht. Braga wird in diesem Jahr einen Produktionswert von 125 Millionen Euro erzielen. Die gesamte Fertigung ist in hohem Maße automatisiert.

Unser Werk Bayreuth fertigt Bürosysteme. Die Auslastung war im Berichtsjahr nicht zufriedenstellend und hat Anpassungsmaßnahmen erforderlich gemacht.

## Mehr Effizienz im Einkauf

Der Materialaufwand macht rund 80 % unserer Entstehungskosten aus. Grundig kauft jährlich für rund 600 Millionen Euro Material ein. Wir haben im Berichtsjahr den Einkauf neu organisiert und vorhandenes Einsparpotenzial genutzt. Im Berichtsjahr sind auf Anhieb rund 28 Millionen Euro an Einsparungen realisiert worden. Eine zentrale Rolle in unserer Materialwirtschaft spielen langfristige Partnerschaften mit Herstellern von Schlüsselkomponenten. Sie sichern Qualität, Systemverträglichkeit und Verfügbarkeit.

Der deutliche Nachfrageeinbruch in der Kommunikationsindustrie und der Informationstechnik führte im zweiten Halbjahr zu sinkenden Beschaffungspreisen. Gleichzeitig verbesserte sich die Verfügbarkeit von elektronischen Bauelementen spürbar. Wir haben unsere im Jahr 2000 aufgebauten Bestände an Fertigungsmaterial um mehr als 30 % reduziert. Das Einkaufsvolumen hat sich entsprechend verringert.

In der Logistik haben wir die Umsetzung des im Vorjahr beschlossenen Konzepts fortgesetzt. Die Lageraktivitäten für Grundig Frankreich sind in Straßburg zentralisiert. Für die skandinavische Logistik ist ein Zentrallager in Schweden eingerichtet worden. Der Standort Nürnberg bleibt Distributionszentrale für die Märkte Deutschland und Benelux. Zur Verkürzung der Zustellzeiten haben wir die Organisation gestrafft.

### **Lange Tradition im Umweltmanagement**

Zum vierten Mal nach 1995, 1997 und 1999 ist der Grundig Umweltbericht 2001 turnusgemäß veröffentlicht worden. Er gibt Auskunft über die kontinuierliche Weiterentwicklung aller Aktivitäten zum Schutz der Umwelt. Unser Umweltmanagement fokussiert drei Ziele: umweltverträgliche Produktionsverfahren, schadstoffarmer Materialeinsatz und wegweisende Energiesparkonzepte.

### **Hohe Auszeichnung im Ausland**

Das portugiesische Werk Braga ist eines der ersten Unternehmen in Portugal, die ihren Umweltschutz extern begutachten lassen. Im Berichtsjahr ist Braga als erster ausländischer Standort von Grundig sowohl nach der internationalen Norm ISO 14001 als auch nach der EG-Öko-Audit-Verordnung (EMAS) zertifiziert worden. Braga erfüllt damit nicht nur die Anforderungen, die die Automobilindustrie an ihre Zulieferanten stellt, sondern setzt für sich noch darüber hinausgehende Maßstäbe.

### **Vorreiter in der Kreislaufwirtschaft**

Im Bereich Recycling sind wir Systemführer. Die Aktivitäten im Grundig Kompetenzzentrum für Kreislaufwirtschaft am Standort Nürnberg sind weiter vorangetrieben worden. Wir arbeiten intensiv an der Optimierung einer zweiten Wertschöpfungskette. In Nürnberg sammeln, sortieren und demontieren wir seit 1995 Elektroaltgeräte. Hinzu kommen gebrauchte Kunststoffe und Mahlgüter von Recyclingunternehmen. Die Kunststoffe werden analysiert, sortiert und zermahlen, im Extruder homogenisiert und zu dem von uns selbst entwickelten, patentierten und qualitativ hochstehenden Recyclingkunststoff SYSPLAST verarbeitet. Wir verwenden SYSPLAST bei der Produktion von Fernsehgeräten und liefern es an externe Systempartner. Das Granulat, von dem wir pro Jahr rund 2.000 Tonnen herstellen, ist in den mechanischen Kennwerten, dem Schmelzindex und der Farbe exakt definiert.

### **Stoffgeschäft – ein neues Feld?**

Grundig ist einer der ersten Hersteller, der am Beispiel Elektronik-Schrott ein industrielles Kreislaufsystem realisiert hat, bei dem 95 % aller zurückgewonnenen Stoffe in originäre Kreisläufe zurückgeführt werden. Durch die eigene Rücknahme der ausgedienten Altgeräte überlässt Grundig die Elektronikverschrottung nicht der Abfallwirtschaft, sondern kontrolliert die Stoffströme selbst. Über ausgewählte Systempartnerschaften können bestehende originäre Wiederverwertungsmöglichkeiten stetig verbessert werden. Die Einbindung anderer Firmen und Branchen, die ebenfalls von der bevorstehenden Elektronikschrotterordnung betroffen sind, eröffnet die Perspektive, Stoffgeschäfte zu einem neuen Geschäftsfeld für Grundig und die Systempartner zu entwickeln.



Jochen Wemuth, Dieter Lander, Irene Wolf, **Personal- und Sozialwesen**, mit dem neuen Fine Arts PlanaVision

## UNTERNEHMENSKULTUR MIT LEBEN FÜLLEN



- Ein neues Selbstverständnis
- Gezielte Nachwuchsförderung
- Effizientes Qualitätsmanagement
- Beschäftigtenzahl stark reduziert
- Soziale Härten weitgehend vermieden



## » REGER IDEENAUSTAUSCH IN BEIDE RICHTUNGEN «

### Sanierung fordert hohe Opfer

Die schwierige Lage der Grundig AG hat im Berichtsjahr drastische Einschnitte in der Organisation notwendig gemacht. Opfer mussten vor allem die Beschäftigten des Unternehmens erbringen. Der Personalstand in der Gruppe verringerte sich bis Ende Dezember 2001 um 515 auf 5.383 Mitarbeiter. Mit dem Abbau von 404 Arbeitsplätzen war die Personalreduzierung im Inland am größten. In der Hauptsache waren Mitarbeiter aus dem produzierenden Bereich betroffen.

Der Beschäftigungsrückgang erklärt sich in erster Linie mit der Einstellung der TV-Produktion in Langwasser, der Veräußerung des Bereichs Formenbau, der Schließung des Kundendienstes in Mannheim sowie mit Produktionseinschränkungen im Werk Bayreuth. Im Ausland führten die Neuausrichtung des Vertriebs sowie saisonale Kapazitätsanpassungen in den Produktionswerken zu einem Beschäftigungsabbau.

Wir haben alles Erdenkliche getan, um soziale Härten bei den Betroffenen abzumildern. Einen Teil hat unser Sozialplan dazu beigetragen. In Zusammenarbeit mit dem Landesarbeitsamt ist zudem ein Projekt aufgelegt worden, um den betroffenen Mitarbeitern die Überleitung in den ersten Arbeitsmarkt zu erleichtern; dazu gehörten Bewerbungstrainings, Sprachkurse und Fachtrainings. Gleichzeitig haben wir gemeinsam mit zwei Trägern in Nürnberg und Bayreuth Beschäftigungsgesellschaften ins Leben gerufen, in die mehr als 150 Mitarbeiter gewechselt sind.

Die Restrukturierung der Gruppe zeigt erste Erfolge, die eingeleiteten Maßnahmen werden aber erst Mitte des Jahres abgeschlossen sein. Der Haustarifvertrag, der mit der IG Metall im Mai 1999 abgeschlossen worden war, ist zum 31. Dezember 2001 ausgelaufen. Die Mitarbeiter haben durch unentgeltliche Mehrarbeit, Reduzierung des Urlaubsgelds und einen späteren Beginn der Tarifierhöhungen bereits in den Vorjahren einen nennenswerten Sanierungsbeitrag geleistet.

Grundig steht in den kommenden Monaten vor großen Herausforderungen. Wir haben als flankierende Maßnahme Personalentwicklungsprojekte initiiert und neue moderne Personalführungsinstrumente implementiert, um unsere Mitarbeiter entsprechend vorzubereiten.

Das neue satellitengesteuerte Pilotsystem GPS 3 (Global Positioning System) in Kombination mit dem Receiver TMC 1 (Traffic Message Channel), einer dynamischen Routenführung, bringt Autofahrer schnell, sicher und staufrei ans Ziel.



## Momentum durch die neue Struktur

Grundig hat immer auf qualifizierte und leistungsbereite Mitarbeiter vertrauen können. Die emotionale Bindung an das Unternehmen war und ist hoch. Das hat viel mit der einmaligen Aufbauleistung des Firmengründers zu tun. Sie hat die Unternehmenskultur geprägt. Die Zeit aber ist weiter gegangen. Die Rahmenbedingungen haben sich verändert, die Märkte stellen andere Anforderungen. Die Unterhaltungselektronik ist kein Verteilermarkt mehr.

Grundig hat in diesem Umfeld eine bewegte Vergangenheit hinter sich. Die Unternehmensführung mit einem neuen Großaktionär wechselte in kurzen Abständen, thematisch standen fast eine ganze Dekade Restrukturierungen statt strategische Zukunftsgestaltung im Vordergrund. Die zur Routine gewordene Übernahme von Verlusten durch die Muttergesellschaft hat im Unternehmen eine mentale Kultur entstehen lassen, die Verluste nicht als Warnsignal deutet, sondern fast als Normalität begreift.

Das müssen wir ändern. Grundig braucht ein neues Selbstverständnis. Die dramatischen Veränderungen in der Struktur und die strategische Neupositionierung sind keine »top-down«-Entscheidungen. »Von oben« lässt sich keine Sanierung bewerkstelligen. Ihr Erfolg ist abhängig von der Ausrichtung der gesamten Gruppe auf ein gemeinsames Ziel. Zerfällt das Unternehmensziel als Ganzes in eine Vielzahl sich gegenseitig blockierender Einzelziele, kann die Wiederbelebung von Grundig nicht gelingen. Wir werden unsere Personalentwicklung auf eigenständig denkende, motivierte, entscheidungsfreudige und teamfähige Mitarbeiter ausrichten.

Die neue Struktur ist gleichzeitig Grundlage einer neuen Kommunikationskultur – mit mehr Eigenverantwortung, flacheren Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen. Seit dem Frühjahr 2001 werden neue Wege der internen Kommunikation beschritten: Gesprächsrunde mit dem Vorstandsvorsitzenden, Mitarbeiterbrief, Newsletter und »Offener Dialog«. Diese Initiativen haben bereits erste Früchte getragen und zu einem offeneren, dialogorientierteren Gesprächsstil im gesamten Unternehmen geführt. Auch die Kommunikation nach außen wurde intensiviert. Das offene Gesprächsangebot der Unternehmensleitung an die unterschiedlichen Medien trug wesentlich dazu bei, das Erscheinungsbild von Grundig in der Öffentlichkeit weiter zu optimieren und damit auch das Wir-Gefühl in der Belegschaft zu festigen.

Die zentralen Elemente einer offenen Unternehmenskultur sind Eigeninitiative, Selbstsicherheit, Bereitschaft zur Wissensmehrung und zum Wissenstransfer, gerechte Leistungsbewertung und Transparenz. Die Beschäftigten von der obersten Spitze bis nach ganz unten dürfen sich nicht je nach Wissenstand in Sieger und Verlierer aufspalten. Einem Unternehmen, das in Lethargie verfällt, fehlt die Kraft zur Selbsthilfe. Wer sagt »es ist ja immer noch gut gegangen«, dem haben wir den notwendigen Wandel nicht verständlich gemacht.

Leistungsbereitschaft, Kompetenz und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten sind Eigenschaften, die den Auftritt der neuen Grundig AG verkörpern. Sie werden in hohem Maße von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in das Unternehmen eingebracht. Die Belegschaft ist ein wichtiges Asset. Ihr Beitrag zur Wertschöpfung im Unternehmen ist überragend. Die systematische Förderung des vorhandenen und neuen Potenzials hat hohe Priorität.



### Rege Teilnahme an Weiterbildung

Im Unternehmen sind im Berichtsjahr 232 Auszubildende in 15 Ausbildungsberufen betreut worden; davon 152 in Nürnberg, 53 in Bayreuth und 28 in Wien. Zusätzlich im Programm war die Ausbildung zum Fachinformatiker. Neu begonnen mit der Berufsausbildung haben 49 junge Menschen. Allen 36 Absolventen haben wir ein Übernahmeangebot gemacht. Zum Jahresende waren noch 196 Auszubildende im Unternehmen.

Die externen und internen Angebote des Grundig Trainings Centers zur Weiterbildung haben 2.714 Teilnehmer genutzt. Im Vordergrund stand der Bereich EDV mit dem Schwerpunkt SAP-Anwenderschulung. Die angestrebte Wandlung der Grundig AG von einem Exportunternehmen zu einem internationalen Unternehmen haben wir durch ein verstärktes Weiterbildungsangebot für Fremdsprachen unterstützt, in dem auch das Intranet als Lernmedium genutzt wird. Die Rekrutierung unseres Akademikernachwuchses sichern wir durch ein erweitertes Angebot für Hochschulpraktikanten und Absolventen sowie durch Präsenz auf regionalen und überregionalen Hochschulfestivals ab.

Mit unseren Fachhandelspartnern haben wir im Rahmen des zentralen Service-Trainings weltweit 38 Schulungsmaßnahmen durchgeführt, in denen sich 738 Teilnehmer mit der Technik und Servicepraxis unserer Produkte vertraut gemacht haben.

### Qualitätsmanagement erfüllt internationale Standards

Grundig betreibt ein zentrales Qualitätsmanagement, dessen strategische Ansätze Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit sind. Die Zertifizierung des Gesamtunternehmens nach ISO 9001 und der Division Car InterMedia System nach QS 9000/VDA 6.1 und ISO/TS 16949 bestätigt, dass Grundig alle erforderlichen internationalen Standards erfüllt. Das Qualitätsmanagement ist mit allen Aspekten befasst, die direkt oder indirekt den Kunden und seine Erwartungen mit unseren Produkten berühren. Es kümmert sich um die Entstehungskette der Produkte und um die Produkte selbst.

Zur Sicherung und kontinuierlichen Verbesserung des hohen Qualitätsstandards beobachten und bewerten wir unsere Lieferanten nach einheitlichen Kriterien wie Qualität, Zuverlässigkeit oder Umweltbewusstsein. Wir stellen diese Informationen den Lieferanten zur Verfügung, um ihre Leistungen mit unseren Erwartungen in Einklang zu bringen. Der Grundig »Qualitätspreis für Lieferanten« ist im Berichtsjahr an die Epcos AG, München, vergeben worden. Unter den zehn besten Lieferanten war zum ersten Mal ein Gerätehersteller aus China.

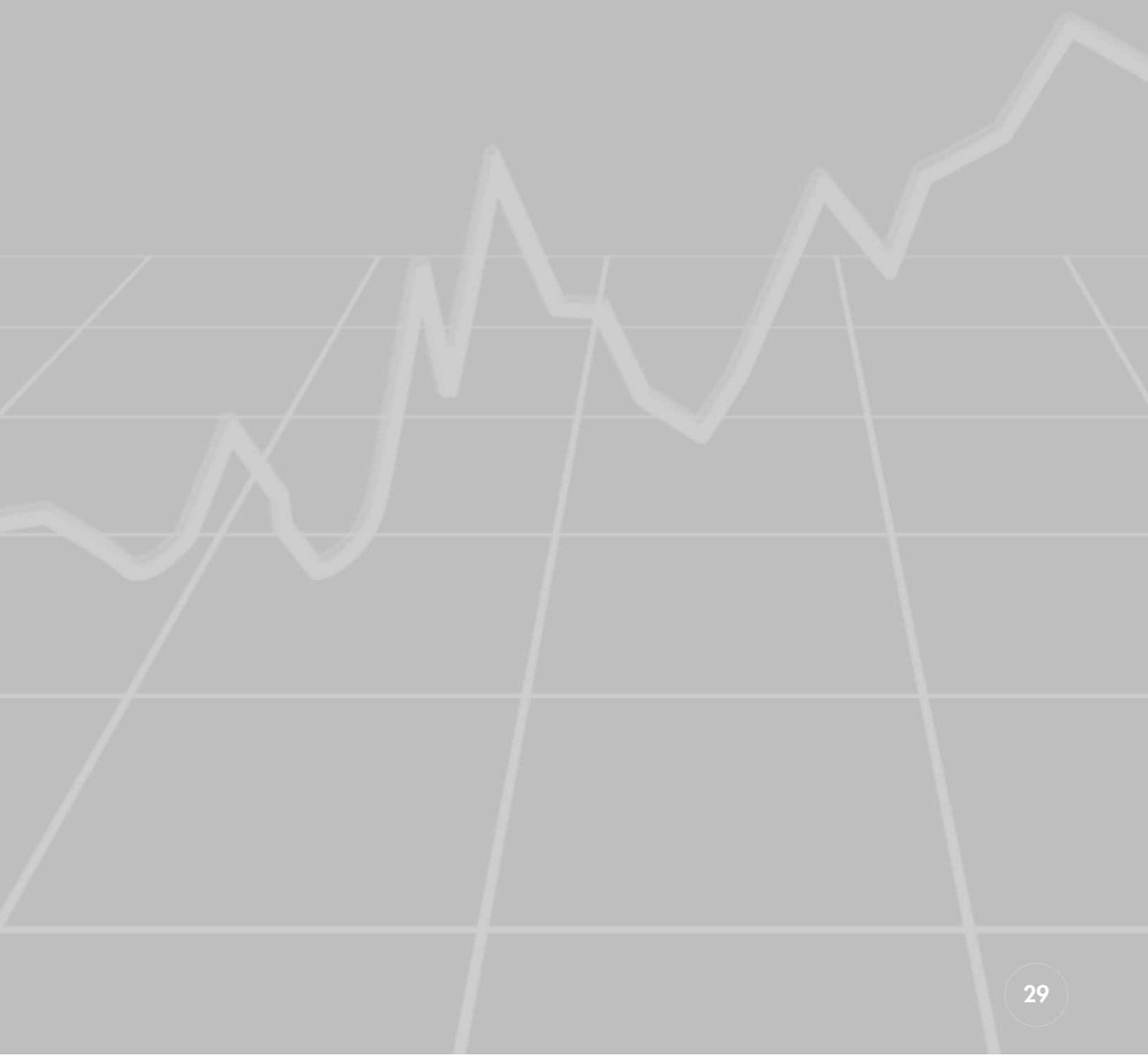
Im November 2001 haben wir auf höchster Ebene einen Arbeitskreis eingerichtet, in dem sich Mitarbeiter aus den Bereichen Entwicklung, Produktmanagement, Qualität, Vertrieb und Controlling zusammenfinden. Dieser regelmäßig stattfindende Qualitätszirkel steuert Arbeitsgruppen, die die ausgemachten Schwachstellen im gesamten Unternehmen beheben.

# INHALT

Konzern-Lagebericht 30 • Konzern-Bilanz 42 • Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 43

Entwicklung des Anlagevermögens 44 • Konzern-Kapitalflussrechnung 46

Konzern-Anhang 47 • Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers 55





# KONZERN-LAGEBERICHT

Das Geschäftsjahr 2001 war durch die Umsetzung des im Frühjahr beschlossenen Restrukturierungsprogramms sowie das sich abschwächende Wachstum in der europäischen Unterhaltungselektronik bei im 1. Halbjahr noch steigenden Materialkosten geprägt. So verringerte sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 12 % auf 1.281 Millionen Euro. Beim Ergebnis musste ein Jahresfehlbetrag von 150 Millionen Euro, der mit 70 Millionen Euro durch Restrukturierungskosten bedingt ist, hingenommen werden. Inzwischen zeichnen sich erste Erfolge der Restrukturierungsmaßnahmen ab, die weitere Entwicklung von Grundig hängt jedoch vom erfolgreichen Abschluss der Suche nach strategischen Partnern oder Finanzinvestoren ab.

## Restrukturierungsprozess

Grundig ist es in den vergangenen Jahren nicht gelungen, positive Betriebsergebnisse zu erwirtschaften. Nachdem entgegen den ursprünglichen Planungen auch im Jahr 2000 ein hohes negatives Betriebsergebnis entstanden ist und damit die Grenzen des Finanzierungsspielraums erreicht waren, wurde in Zusammenarbeit mit der Unternehmensberatung Roland Berger & Partner GmbH ein Restrukturierungskonzept erarbeitet und am 20. März 2001 vorgelegt. Der Aufsichtsrat der Grundig AG hat das Konzept am 26./29. März 2001 gebilligt. Um die Umsetzung der Restrukturierung, deren Kosten mit rund 70 Millionen Euro zu veranschlagen sind, sicherzustellen, wurde mit den inländischen Hausbanken und Gesellschaftern auf der Grundlage des Berichts von Roland Berger ein Finanzierungskonzept vereinbart, das u.a. – in Verbindung mit der Stellung umfangreicher Sicherheiten – die Weitergewährung der Banklinien zunächst bis 30. Juni 2002 sowie einen zusätzlichen Finanzierungsbeitrag der Gesellschafter beinhaltet.

Das Restrukturierungskonzept umfasst im Wesentlichen die Einführung einer neuen Konzernorganisation, den Abbau der Überkapazitäten im Fertigungs- und Overheadbereich und verschiedene weitere Einzelprojekte zur Senkung der Kosten sowie die Straffung des Produktportfolios. Daneben soll durch den Verkauf des nicht betriebsnotwendigen Vermögens und die Veräußerung bzw. Aufgabe von Randaktivitäten das Kerngeschäft gestärkt werden. Schließlich ist zur Finanzierung der erforderlichen Zukunftsinvestitionen und zur Verbesserung der Liquidität und der Eigenkapitalbasis die Beteiligung von strategischen Partnern bzw. Finanzinvestoren vorgesehen.

Mit der neuen Konzernorganisation wurde der bisherige funktionale Unternehmensaufbau durch eine divisionale Struktur mit drei Kerngeschäftsbereichen (Divisions), die vollständige Umsatz- und Ergebnisverantwortung im Sinne von Profit Centern tragen, ersetzt. Die Kerngeschäftsbereiche werden gebildet von:

- Home InterMedia System (HIS), mit der Verantwortung für die Generierung, weltweite Vermarktung und den Vertrieb von Produkten der Unterhaltungselektronik,
- Digital InterMedia System (DIS), die als Partner der führenden internationalen Pay-TV-Anbieter die Entwicklung und den Vertrieb von Satellitenempfangsgeräten und Komponenten verantwortet und eine Fertigungsstätte in Wales unterhält,
- Car InterMedia System (CIS), die als Car Infotainment Spezialist für die Entwicklung, Produktion (Werk Braga/Portugal) und den Vertrieb von Komponenten, Produkten sowie integrierten Systemen zur Erstausrüstung und Nachrüstung von Kraftfahrzeugen zuständig ist.

Die weiteren Geschäftsfelder bestehen aus der Grundig Produktionsgesellschaft mit dem Fernsehwerk in Wien sowie der Grundig Business Systems (GBS) für Sprachverarbeitungs- und Präsentationssysteme, und dem Bereich »Spezialisierte Geschäftsfelder« mit der Immobilienverwaltung und den Aktivitäten Kfz-Messtechnik, Hotelkommunikation, Formenbau und Immobilien. Die GBS und die im Bereich »Spezialisierte Geschäftsfelder« zusammengefassten Aktivitäten rechnen nicht zu den Kernkompetenzen von Grundig und sind deshalb für den Verkauf vorgesehen.

Die operativen Einheiten stehen unter der Führung einer Management-Holding, in der auch konzernübergreifende Funktionen (Shared Services) wie das Rechnungswesen, die Informationstechnologie, die Personalverwaltung und der Konzerneinkauf zusammengefasst sind.

Im Mittelpunkt der Maßnahmen zum Abbau von Überkapazitäten im Fertigungs- und Overheadbereich stand die Schließung des Werks für Fernsehgeräte in Nürnberg-Langwasser und die Verlagerung der Fertigung in das Werk Wien. Wegen der ungünstigen Preis-/Kosten-Relation in diesem Segment wurde außerdem beschlossen, Fernsehgeräte mit kleineren Bildschirmen zukünftig zuzukaufen. Weitere Maßnahmen waren die Konzentration des Werks Bayreuth auf die Produktion von Bürogeräten sowie strukturelle Anpassungen der Zentral-, Service- und Vertriebsfunktionen in Europa.

Die Maßnahmen sind mit einem Abbau von insgesamt 1.160 Arbeitsplätzen verbunden, der bis Mitte 2002 abgeschlossen sein wird. Die sozialen Härten für die vom Arbeitsplatzabbau betroffenen Mitarbeiter wurden durch mit dem Betriebsrat vereinbarte Sozialpläne mit einem Gesamtvolumen von 36 Millionen Euro und die finanzielle Beteiligung der GAG an zwei für die Standorte Nürnberg und Bayreuth errichteten Qualifizierungs- und Beschäftigungsgesellschaften abgemildert.

Einzelprojekte für weitere Kosteneinsparungen wurden vor allem in den Bereichen Produktwertanalyse, Einkauf, Logistik und Gemeinkosten installiert. Hier wurden ebenfalls erhebliche Kostensenkungspotenziale identifiziert, die neben dem Stellenabbau zu einer spürbaren Verbesserung der zukünftigen Ertragssituation des Konzerns führen werden.

Ziel der Bereinigung des Produktportfolios war eine deutliche Verbesserung der unbefriedigenden Bruttospaune. Hierzu sollen, neben dem bereits erwähnten Zukauf von kleinen Fernsehgeräten, die Aufgabe von margen- und absatzschwachen Produkten, die Reduzierung der Variantenvielfalt und nicht zuletzt eine stärkere Positionierung von Grundig in den oberen Marktpreissegmenten beitragen. Die notwendigen Schritte wurden im Geschäftsjahr 2001 bereits umgesetzt. Dabei hat der Vorratsabbau der aus dem Sortiment ausgeschiedenen Produkte das Ergebnis des Geschäftsjahres 2001 nicht unerheblich belastet.

An nicht betriebsnotwendigem Vermögen wurde im Geschäftsjahr 2001 das Grundstück der ehemaligen Grundig Zentrale in Fürth, Kurgartenstraße, verkauft. Dabei konnte ein Erlös von 28 Millionen Euro erzielt werden. Der nach dem Ende des Internet-Booms nicht mehr Erfolg versprechende Bereich »Internet-Portal events today« wurde geschlossen. Von den nicht zum Kerngeschäft gehörenden Aktivitäten wurden der Formenbau mit 81 Mitarbeitern im Oktober 2001 und die Messtechnik mit 72 Mitarbeitern im Februar 2002 veräußert. Der bisher innerhalb der Grundig AG geführte Bereich Grundig Business Systems wurde zum 1. Oktober 2001 in eine neu gegründete Gesellschaft eingebracht und das bisher in verschiedenen Konzerngesellschaften abgewickelte Hotelgeschäft wird im Hinblick auf die vorgesehene Einbindung eines Service-Partners zukünftig in einer Gesellschaft konzentriert. Für beide Bereiche sind Gespräche mit Interessenten im Gange, bei denen auch der Erhalt von Arbeitsplätzen im Vordergrund steht.



Die Aktivität Car InterMedia System wurde im Hinblick auf die Beteiligung von Partnern ebenfalls mit Wirkung vom 1. Oktober 2001 in eine neu gegründete Gesellschaft eingebracht und die weiteren Kernaktivitäten Home InterMedia System und Digital InterMedia System weitgehend für die vorgesehenen Partnerschaften vorbereitet. Derzeit laufen intensive Gespräche mit einer Reihe potenzieller Interessenten.

Die Umsetzung der wesentlichen strukturellen und operativen Maßnahmen des Restrukturierungskonzepts ist nahezu abgeschlossen. Aufgrund des Personalabbaus, der Sortimentsbereinigung und erreichter Materialkosteneinsparungen sind bereits deutliche Ergebnisverbesserungen erkennbar. Die Verhandlungen über den Verkauf der GBS stehen kurz vor dem Abschluss und die Suche nach Partnern für den Geschäftsbereich Car InterMedia System und die weiteren Kernaktivitäten zeigt Erfolg versprechende Fortschritte.

### Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Jahr 2001 waren durch eine zu Beginn des Jahres nicht erwartete Verschlechterung des Konsumklimas und Abschwächung des konjunkturellen Aufschwungs ab dem 2. Halbjahr gekennzeichnet. Im Euroraum, dem Hauptabsatzgebiet für Grundig Produkte lag der Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) mit 1,5 % deutlich unter dem Niveau des Vorjahres von 3,4 %. Deutschland trug mit einer Zunahme des BIP um 0,6 % maßgeblich zur schwachen Entwicklung bei; auch die Steigerung der Konsumausgaben lag unter dem Vorjahr.

Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich weiter erhöht und lag zum Jahresende um 2,6 % über dem Vorjahr. In Deutschland betrug die Steigerungsrate 2,5 %. Auch bei den Arbeitslosenzahlen verlief die Entwicklung negativ. So erhöhte sich in Deutschland die Zahl der Menschen ohne Arbeit bis zum Jahresende auf 3,9 Millionen.

### Marktentwicklung Unterhaltungselektronik\*

Auch der seit 1998 anhaltende Aufschwung am europäischen Markt für Unterhaltungselektronik war im Jahr 2001 mit einer Erhöhung des Umsatzvolumens gegenüber dem Vorjahr um 2 % deutlich abgeschwächt.

In der Mehrheit der Länder war die Marktentwicklung positiv. Dank der Euro-Schwäche und der eigenen Dynamik war der Zuwachs in Großbritannien mit 10 % auch in 2001 wieder am stärksten, gefolgt von Spanien mit einer Zuwachsrate von 8 %. Der britische Markt macht mehr als ein Viertel des europäischen Markts aus. Deutschland, das bei der Marktgröße hinter Großbritannien an zweiter Stelle liegt, verzeichnete ein Minus von 4 %, während der drittgrößte Markt Frankreich noch ein Plus von 3 % erreichen konnte.

Die mit Ausnahme der deutschsprachigen Länder insgesamt positive Entwicklung des europäischen Unterhaltungselektronik-Markts wurde auch im Jahr 2001 vor allem durch das hohe Wachstumstempo bei innovativen Geräten wie dem DVD-Player und dem digitalen Camcorder und den anhaltenden Trend zu hochwertigen Produkten getragen. So verzeichneten bei den Fernsehern Geräte mit Bildschirmgrößen über 29 Inches und mit 100 Hz-Technik, 16:9-Format, Realflat, Dolby Surround Sound und exklusivem Design ein überdurchschnittliches Wachstum, während kleinere Geräte und Geräte mit einfacher Ausstattung Markteinbußen hinnehmen mussten.

\* Quelle: GfK Panel Market Europe 12 von Februar 2001 bis Januar 2002

Als Folge dieser Entwicklung zeigte der europäische Fernsehmarkt ein negatives Wachstum von 4,2 % in der Menge und positives Wachstum von 3,2 % im Wert. Insbesondere Großbritannien, Spanien und Italien trugen wertmäßig überdurchschnittlich zu diesem Ergebnis bei, während in Deutschland sowohl bei der Menge (-8,7 %) als auch beim Wert (-2,8 %) negative Zuwachsraten zu verzeichnen waren.

Der Markt für Videorecorder (VCR) in Europa reduzierte sich bei den Stückzahlen um 10,9 %. Zudem hat sich der Preisverfall deutlich fortgesetzt, so dass der Umsatz im Jahresdurchschnitt 2001 rund 19,2 % unter dem Vorjahresniveau lag. In Deutschland sank der Absatz um 17,4 % und der Umsatz um 24,2 %. Dennoch besitzt der VCR Markt – vor allem bei HiFi-Geräten – nach wie vor eine große Bedeutung.

Bei DVD-Playern setzte sich die explosionsartige Entwicklung in Europa mit einem Absatzwachstum um 131,7 % fort. Die Absatzsteigerung ging jedoch mit einem massiven Preisverfall einher. Gleichzeitig ist der Anteil der No-Name Brands im Jahresverlauf kontinuierlich gestiegen.

Die Bereiche HiFi und Portable Audio haben nach ununterbrochen positiver Umsatzentwicklung in den vorhergehenden drei Jahren im Jahr 2001 insgesamt stagniert. Bei HiFi war der erneute Preisanstieg bei den meisten Einzelkomponenten bemerkenswert. Bei den portablen Audio Geräten zeigten nur CD-Player sowohl in Deutschland als auch in den meisten übrigen europäischen Ländern eine positive Entwicklung.

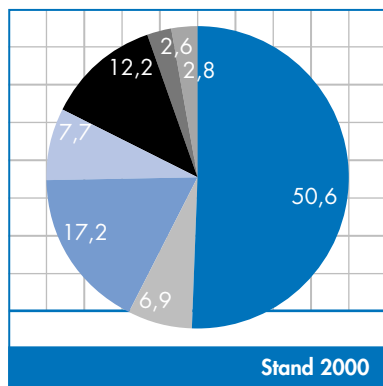
Im Nachrüstgeschäft für Autoradios ist das Marktvolumen in Europa insgesamt umsatzmäßig um 4,2 % und in Deutschland sogar um 12,1 % zurückgegangen.

## Lage des Unternehmens

### Umsatzentwicklung und Marktposition

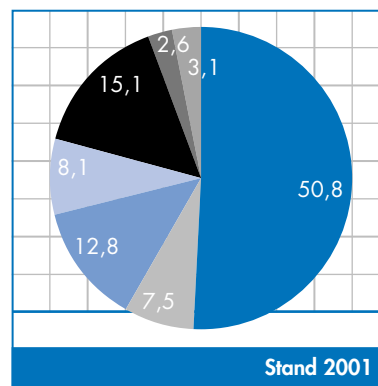
Im Geschäftsjahr 2001 lag der Konzernumsatz mit 1.281 Millionen Euro um 172 Millionen Euro und damit knapp 12 % unter dem Vorjahreswert. Im Ausland ist dabei der Umsatzrückgang mit einem Minus von 16,5 % auf 769 Millionen Euro stärker ausgefallen als im Inland, damit verminderte sich der Auslandsanteil von 63 % auf 60 %.

UMSATZAUFTEILUNG NACH  
PRODUKTBEREICHEN 2000 in %



Fernsehen  
Video  
Sat-Produkte  
Audio-HiFi  
Car Audio  
Bürokomm./Messtechnik  
Übrige

UMSATZAUFTEILUNG NACH  
PRODUKTBEREICHEN 2001 in %



Fernsehen  
Video  
Sat-Produkte  
Audio-HiFi  
Car Audio  
Bürokomm./Messtechnik  
Übrige

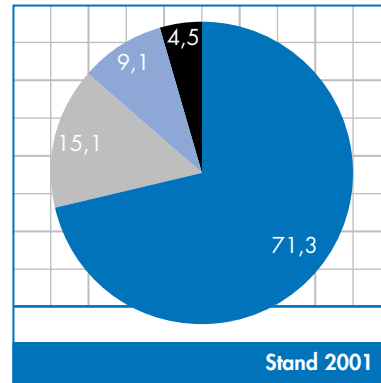


Nach den im Geschäftsjahr 2001 neu gebildeten Geschäftsbereichen gliedern sich die Umsatzerlöse wie folgt auf:

#### a) Home InterMedia System (HIS)

Der Umsatz im Bereich Home InterMedia System betrug im Geschäftsjahr 913 Millionen Euro, er lag damit um 11 % unter dem Vorjahr. Im Wesentlichen waren Nachfragerückgänge auf einzelnen Märkten, im 1. Halbjahr noch bestehende Versorgungsengpässe bei bestimmten Bauelementen sowie die neue Produkt-Markt-Strategie mit einer verstärkten Fokussierung auf qualitativ hochwertige Produkte des oberen Preissegments, der Verringerung der Variantenvielfalt und der Aufgabe unrentabler Produkte neben der anhaltenden Preiserosion sowie der verzögerten Markteinführung bei einzelnen Produkten Ursache für diese Entwicklung.

UMSATZANTEIL NACH  
GESCHÄFTSBEREICHEN in %



Home InterMedia System  
Car InterMedia System  
Digital InterMedia System  
Spezialisierte Geschäftsfelder

Stand 2001

Von der neuen strategischen Ausrichtung waren vor allem die Umsätze in westeuropäischen Märkten mit einem hohen Anteil an preisbetonten Großvertriebsformen betroffen. Zu der Umsatzminderung hat außerdem die Umstellung auf Lizenzgeschäft bei einem Großkunden in Großbritannien beigetragen. In dem für Grundig größten Absatzmarkt Deutschland ist der Umsatzrückgang auch auf das insgesamt rückläufige Marktvolumen zurückzuführen.

Außerhalb Westeuropas mussten drastische Umsatzeinbrüche in der Türkei aufgrund der dortigen wirtschaftlichen Probleme hingenommen werden. Positiv entwickelten sich dagegen die Umsätze in Polen und in Australien.

Bei den Produktgruppen betraf im Bereich Fernsehgeräte der Umsatzrückgang entsprechend dem Markttrend vor allem kleinere Bildschirmgrößen und Geräte mit einer weniger anspruchsvollen Ausstattung, wo der Markt auch insgesamt erneut rückläufig war. Erfreuliche Steigerungen konnten dagegen in dem Wachstumssegment großformatige Geräte mit 100 Hz-Technik, 16:9-Bildschirmen und exklusivem Design erzielt werden.

Bei Videorecordern war die Umsatzentwicklung auch im Jahr 2001 durch den starken Preisverfall gekennzeichnet. Die Marktposition konnte jedoch sowohl in Deutschland als auch im übrigen Europa deutlich ausgebaut werden. Erfreuliche Umsatzsteigerungen und Marktanteilsgewinne insbesondere in Deutschland konnten mit neuen, zukunftsweisenden Geräten bei digitalen DVD-Playern erzielt werden.

Im Audio/HiFi-Bereich verzeichneten HiFi-Geräte durch die strategische Neuausrichtung auf Lifestyle-Segmente und die verzögerte Einführung von Neuentwicklungen einen überproportional starken Umsatzrückgang, während der Umsatz mit Audio-Geräten in einem von hartem Wettbewerb und starkem Preisdruck geprägten Markt relativ stabil gehalten werden konnte. Sehr positiv entwickelten sich dabei portable CD-Player.

Auf dem Gesamtmarkt für Unterhaltungselektronik in Europa musste Grundig einen Rückgang des Marktanteils von 4,2 % auf 3,9 % hinnehmen. Ausschlaggebend war dabei die Entwicklung bei Farbfernsehern, wo sich der Marktanteil von 8,3 % auf 7,5 % reduzierte. Im deutschen Markt konnte Grundig bei Farbfernsehern mit einem Marktanteil von 18,6 % die führende Position behaupten. Insgesamt ist Grundig in Deutschland bei einem leicht auf 10,2 % gestiegenen Marktanteil in der Reihenfolge der führenden Hersteller weiter auf Rang 3 positioniert.

#### **b) Car InterMedia System (CIS)**

Der Geschäftsbereich Car InterMedia System konnte einen Umsatzzuwachs von 9 % auf 193 Millionen Euro verzeichnen. Dabei wurde im Industriegeschäft durch neue Projekte mit namhaften europäischen Automobilherstellern eine Steigerung um 28 % erreicht. Im Handelsgeschäft war dagegen ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen, da neu entwickelte Produkte erst in der 2. Jahreshälfte auf den Markt gebracht wurden.

#### **c) Digital InterMedia System (DIS)**

Der Bereich Digital InterMedia System umfasst hauptsächlich digitale Set Top Boxen. Der Umsatzrückgang um 37 % auf 117 Millionen Euro ist auf die auslaufende Erstausrüstung der Kunden des britischen Pay-TV-Kanals BskyB zurückzuführen.

#### **d) Spezialisierte Geschäftsfelder**

In den spezialisierten Geschäftsfeldern Bürokommunikation, Messtechnik, Hotelkommunikation sowie im Bereich Immobilien reduzierte sich der Umsatz um 10 % auf 58 Millionen Euro. Vom Umsatz entfallen allein 25 Millionen Euro auf die Bürokommunikation, die mit dem Schwerpunkt »Diktieren« auf dem deutschen Markt eine Spitzenposition besetzt. Der Umsatz in diesem Segment ist jedoch aufgrund des marktbedingten Rückgangs im analogen Bereich, der noch nicht durch digitale Geräte kompensiert werden konnte, gegenüber dem Vorjahr um knapp 8 % gesunken. In den Bereichen Messtechnik, Hotelkommunikation und Immobilien ergaben sich ebenfalls Umsatzeinbußen, bei Immobilien in erster Linie aufgrund des Verkaufs der Liegenschaften in Fürth, Kurgartenstraße.

### **Ertragslage**

Der Jahresfehlbetrag in Höhe von 150 Millionen Euro resultiert mit 94 Millionen Euro aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit und mit 70 Millionen Euro aus außerordentlichen Aufwendungen aus der Restrukturierung. Ergebnisverbessernd wirkte die Auflösung von Rückstellungen für latente Steuerrisiken in Höhe von 14 Millionen Euro infolge der Verminderung der Bewertungsunterschiede zu den Steuerbilanzen und der Feststellung verrechenbarer Verlustvorträge durch abgeschlossene steuerliche Außenprüfungen in Deutschland.

Zu dem negativen Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit haben vor allem der Rückgang des Bruttoergebnisses vom Umsatz um 75 Millionen Euro, die um 16 Millionen Euro höheren Vertriebskosten und auch das wegen der gestiegenen Verschuldung verschlechterte Zinsergebnis, das im Vorjahr noch leicht positiv war, geführt.

In Relation zu den Umsatzerlösen ist das Bruttoergebnis im Vergleich zum Vorjahr von 15 % auf 11 % gesunken. Vor allem fehlende Deckungsbeiträge aufgrund des Umsatzrückgangs, ein starker Preisverfall bei einzelnen Produktgruppen, Abverkäufe aufgrund der Straffung des Produktportfolios, bis zum dritten Quartal noch



steigende Materialpreise bei bestimmten Bauelementen und die anhaltende Schwäche des Euro haben hauptsächlich zu der negativen Entwicklung beigetragen.

Die Restrukturierungsmaßnahmen, die vor allem auf die Bruttospanne zielen, zeigten im vierten Quartal erste Erfolge. Sie werden jedoch erst ab dem Geschäftsjahr 2002 zu einer spürbaren Ergebnisverbesserung führen.

Im Anstieg der Vertriebskosten, die sich bezogen auf den Umsatz von 18 % auf 21 % erhöhten, haben sich in erster Linie gestiegene Gewährleistungskosten niedergeschlagen. Davon betroffen waren insbesondere Set Top Boxen und eine Autoradio-Linie sowie aufgrund erhöhter Aufwendungen aus der Anlaufphase der neuen digitalen softwaregestützten Fernsehgeräte-Chassis. Aufgrund der Garantiezeitverlängerung auf 24 Monate, die der Handel bereits für das Weihnachtsgeschäft 2001 gewährte, wurde außerdem die pauschale Risikovorsorge erhöht.

Der positive Ergebnissaldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen betrug wie im Vorjahr 46 Millionen Euro. Hierin enthalten sind insbesondere die Ergebnisse aus dem Verkauf von Sachanlagen von 14 Millionen Euro (Vorjahr 4 Millionen Euro), von denen rund 12 Millionen Euro auf Grundstücksverkäufe entfallen, Erträge aus der Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen von 14 Millionen Euro (Vorjahr 39 Millionen Euro) und im Übrigen Ergebnisse aus Währungsumrechnungen, Kostenverrechnungen und Schadensfällen.

Die mit 70 Millionen Euro ermittelten Restrukturierungskosten umfassen Sozialplanaufwendungen, Effizienzverluste aufgrund von Werksschließungen, Beratungskosten sowie durch die Restrukturierungsmaßnahmen notwendig gewordene Sonderabwertungen auf Anlagen und Vorräte. Im Geschäftsjahr 2001 sind von den Aufwendungen 30 Millionen Euro angefallen, der Restbetrag ist zurückgestellt und wird voraussichtlich im Jahr 2002 zu entsprechenden Ausgaben führen.

### Vermögens- und Finanzlage

Das Gesamtvermögen des Konzerns reduzierte sich um 15 % auf 672 Millionen Euro. Dabei verminderten sich sowohl das Anlagevermögen als auch die Vorräte und die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen deutlich. Gründe hierfür sind vor allem die Werksschließungen, die Sortimentsbereinigung sowie im Vergleich zum Vorjahr niedrigere Umsätze zum Jahresende. Bei den Vorräten wurden außerdem die im Vorjahr aufgrund der Versorgungsengpässe vorsorglich aufgebauten Bestände an elektronischen Bauelementen auf ein normales Niveau zurückgeführt.

Die in 2002 noch anfallenden Aufwendungen aus der Reorganisation führten zu einem Anstieg der sonstigen Rückstellungen. Der Aufbau der Verbindlichkeiten resultiert aus gestiegenen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Das Eigenkapital des Konzerns sank aufgrund des Jahresfehlbetrags auf 31 Millionen Euro, damit beträgt die Eigenkapitalquote nur noch 4,6 %. In der Grundig AG konnte der Ausweis eines negativen Eigenkapitals nur durch die Aufdeckung stiller Reserven vermieden werden.

## Investitionen

Grundig investierte im Geschäftsjahr 2001 in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände insgesamt 52 Millionen Euro, die Investitionen lagen damit über den Abschreibungen von 45 Millionen Euro.

In den Investitionen sind Neu- und Umbauten in der ehemaligen Grundig Zentrale in Fürth, Kurgartenstraße, in Höhe von 15 Millionen Euro enthalten, die sich im Zusammenhang mit dem im Jahr 2001 erfolgten Verkauf dieser Liegenschaften werterhöhend auswirkten.

Im Geschäftsjahr 2001 wurden die Umbaumaßnahmen für das Entwicklungszentrum in Nürnberg-Langwasser abgeschlossen. Die übrigen Investitionen umfassen hauptsächlich die industriellen Bereiche und betrafen produktspezifische Anlagen wie Werkzeuge, Messmittel oder Formen von 17 Millionen Euro, Erweiterungsinvestitionen für den Produktionsanlauf neuer Geräte sowie Ersatzinvestitionen.

## Nettoverschuldung (in Millionen Euro)

	2001	2000
Bankschulden inkl. Gesellschafterdarlehen	125	60
Liquide Mittel inkl. Wertpapiere	50	50
<b>Nettoverschuldung</b>	<b>75</b>	<b>10</b>

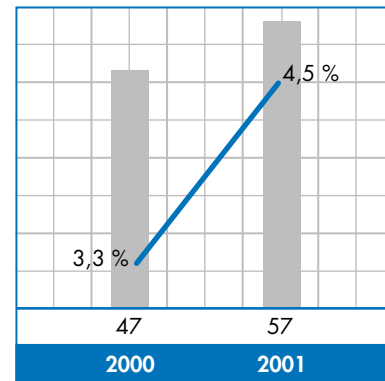
Der negative Cashflow aus dem operativen Geschäft und die Ausgaben für Restrukturierungsmaßnahmen konnten nur teilweise durch eine geringere Mittelbindung im Working Capital kompensiert werden. Damit mussten erstmals die von den inländischen Banken gewährten Kreditlinien in Anspruch genommen werden.

Die Hausbanken haben aufgrund der Gewährung von Sicherheiten und der zügigen Umsetzung des Restrukturierungskonzepts die Kreditlinien bis Ende des ersten Halbjahrs 2002 verlängert.

## Forschung und Entwicklung

In den Bereich Forschung und Entwicklung wurden im Jahr 2001 57 Millionen Euro investiert. Dies entspricht einem Anteil von 4,5 % am Umsatz. In insgesamt vier Entwicklungszentren sind mehr als 400 hoch qualifizierte Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt) beschäftigt (Deutschland: Nürnberg, Cossen; Großbritannien: Llantrisant; USA: San Jose). Hier entwickelt Grundig nicht nur neue Produkte, sondern betreibt auch intensive Vorentwicklung. Dies ist eine wichtige Basis, um sich mit eigenen Investitionen an die Spitze eines Markts setzen zu können.

INVESTITIONEN FÜR FORSCHUNG & ENTWICKLUNG in Millionen Euro



— F&E-Quote



## Personal- und Sozialwesen

### Entwicklung des Personalstands

Bis zum Jahresende 2001 hat sich der Personalstand insgesamt um 515 Mitarbeiter auf 5.383 verringert. Die Personalreduzierung erfolgte schwerpunktmäßig im Inland um 404 Mitarbeiter. Die Gründe hierfür lagen in der Entscheidung, die Produktion von Fernsehgeräten in Nürnberg-Langwasser einzustellen, den Formenbau zu veräußern, den Kundendienst in Mannheim zu schließen und die Produktion in Bayreuth einzuschränken.

Um den von den Maßnahmen betroffenen Mitarbeitern die Überleitung in den ersten Arbeitsmarkt zu erleichtern, wurde in Zusammenarbeit mit dem Landesarbeitsamt ein Projekt aufgelegt, das hierzu zum Beispiel Bewerbungstrainings, Sprachkurse und Fachtrainings beinhaltet.

Gleichzeitig wurden gemeinsam mit zwei Trägern in Nürnberg und Bayreuth Beschäftigungsgesellschaften installiert, in die über 150 Mitarbeiter wechselten. Durch diese Maßnahmen und mit dem Betriebsrat vereinbarte Sozialpläne konnten soziale Härten der Betroffenen abgemildert werden.

Die Restrukturierungsmaßnahmen werden bis Mitte 2002 abgeschlossen sein. Als flankierende Maßnahmen zur Umsetzung der neuen Konzernstruktur werden Personalentwicklungsprojekte initiiert und neue moderne Personalführungsinstrumente implementiert, um unsere Mitarbeiter auf die Herausforderungen vorzubereiten.

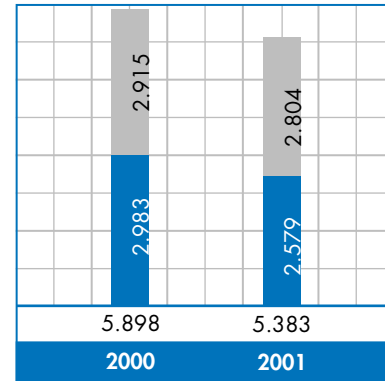
### Aus- und Weiterbildung

Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 232 Auszubildende (Nürnberg 151, Bayreuth 53, Wien 28) in 15 Ausbildungsberufen betreut, wobei der Schwerpunkt bei den technisch/gewerblichen Berufen lag. Neu im Programm war die Ausbildung zum Fachinformatiker. Insgesamt begannen 49 junge Leute ihre Berufsausbildung an den Ausbildungsstandorten Wien, Bayreuth und Nürnberg. Allen 36 Absolventen konnte ein Übernahmeangebot gemacht werden.

2.784 Teilnehmer nutzten das interne und externe Angebot des Grundig Trainings Centers. Der Themenschwerpunkt lag im Bereich EDV, hier insbesondere in der SAP-Anwenderschulung. Das verstärkte Weiterbildungsangebot für Fremdsprachen, in dem auch das Intranet als Lernmedium genutzt wurde, unterstützte die internationale Ausrichtung des Unternehmens.

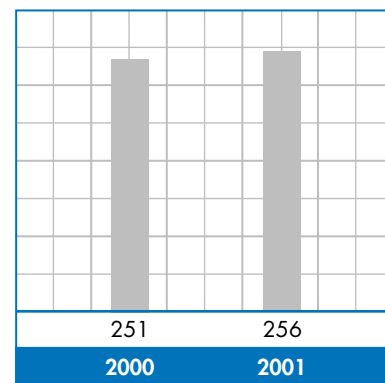
Um langfristig den Akademikernachwuchs zu sichern, haben wir das Angebot für Hochschulpraktikanten und Absolventen weiter ausgebaut und auf regionalen und überregionalen Hochschulfestivals präsentiert.

ENTWICKLUNG DES PERSONALSTANDS (31.12.)



Inland  
Ausland

PERSONALAUFWAND in Millionen Euro



## Haustarifvertrag

Der mit der IG-Metall im Mai 1999 abgeschlossene Haustarifvertrag, aufgrund dessen die Mitarbeiter einen Beitrag zur Sanierung des Unternehmens geleistet haben, ist zum 31.12.2001 ausgelaufen. Verhandlungen über eine Nachfolgeregelung werden im 1. Quartal 2002 zwischen Geschäftsleitung und Gewerkschaft geführt.

## Beschaffung und Materialwirtschaft

Die im Vorjahr aufgetretene Verknappung von Schlüsselbauteilen und die Tendenz zu steigenden Materialpreisen setzte sich zu Beginn des Jahres 2001 zunächst fort. Der deutliche Nachfragerückgang in der Kommunikationsindustrie und der Informationstechnik sowie die allgemeine Konjunkturabschwächung führten im Verlauf des Jahres 2001 zu einer Umkehrung dieser Entwicklung und zu sinkenden Beschaffungskosten ab dem 2. Halbjahr. Zum Jahresende 2001 lagen die Beschaffungskosten damit wieder auf Vorjahresniveau.

Gleichzeitig mit den sinkenden Materialpreisen verbesserte sich die Verfügbarkeit von elektronischen Bauelementen. Deshalb wurden die im Jahr 2000 aufgebauten Bestände an Fertigungsmaterialien um mehr als 30 % reduziert. Dies hatte ein deutlich geringeres Einkaufsvolumen gegenüber dem Jahr 2000 zur Folge.

Bei der Umsetzung des im Jahr 2000 beschlossenen Logistikkonzepts war die Zentralisierung der Lageraktivitäten für Grundig Frankreich in Straßburg ein wichtiger Meilenstein. Außerdem wurden die Voraussetzungen zur Konzentration der skandinavischen Lageraktivitäten in einem Zentrallager in Schweden geschaffen. Für Nürnberg wurde entschieden, den Lagerstandort für die Distribution in die Märkte Deutschland und Benelux beizubehalten, bei gleichzeitiger Straffung der Organisation mit dem Ziel, kürzere Zustellzeiten zu erreichen.

## Umweltmanagement

Mit dem »Umweltbericht 2001« berichtete das Unternehmen bereits zum vierten Mal nach 1995, 1997 und 1999 über seine Umweltaktivitäten und informierte damit über die kontinuierliche Weiterentwicklung des Umweltschutzes bei Grundig. Weitere Schwerpunkte waren:

- Umweltzertifizierung des Grundig Autoradiowerks in Braga/Portugal sowohl nach der internationalen Norm ISO 14001 als auch nach der EG-Öko-Audit-Verordnung (EMAS),
- Umstellung auf bleifreies Lötten bei der Produktion von elektronischen Bauteilen,
- weitere Intensivierung der Aktivitäten im Grundig Kompetenzzentrum für Kreislaufwirtschaft mit dem Ziel, ein neues, branchenunabhängiges Konzept für Wiederverwertungsmöglichkeiten zu entwickeln.

## Risikomanagement

Ein den Anforderungen des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) entsprechendes Risikomanagement wurde im Jahr 2000 eingeführt und im Jahr 2001 mit der Definition und Veröffentlichung der Risikopolitik des Vorstands und dem Ausbau des Instruments der Risiko ad hoc Meldungen in der Organisation weiter implementiert. Außerdem wurde die Funktion des zentralen Risikomanagers neu geregelt.

Risikomanagement bei Grundig ist eine zentrale Aufgabe des Vorstands, wobei das Management der einzelnen Aktivitäten die Risiken in seinem jeweiligen Verantwortungsbereich erkennen und beherrschen muss. Aus diesem Grund ist es eine Verpflichtung der Aktivitätsverantwortlichen und deren Controller, Risiken zu identifizieren, zu bewerten und an den zentralen Risikomanager zu kommunizieren. Dieser ist, neben der Entwicklung und Unterstützung des gesamten Risikomanagement-Prozesses, für die Berichterstattung an den Vorstand verantwortlich.

Das Risikomanagementsystem wird durch die interne Konzern-Revision regelmäßig auf Funktionsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit überprüft und auch zukünftig weiter optimiert.



## Wesentliche Risiken der zukünftigen Entwicklung

Durch die Neuausrichtung der Organisationsstruktur in Divisions wurden die sich aus der alten funktionalen Struktur ergebenden organisatorischen Risiken einer unzureichenden Flexibilität in Bezug auf Marktanforderungen behoben und die Eigenverantwortung der Mitarbeiter gestärkt. Die Gewährleistung einer ausreichenden Produktprofitabilität ist nun Aufgabe der neuen Divisions. Durch ein systematisches Innovationsmanagement und den Einsatz von Projektmanagement bei der Produktkreation werden Risiken bei der Zusammensetzung des Produktportfolios und bei der termingerechten Marktverfügbarkeit von Produkten vermindert.

Die für die Branche typischen Risiken am Markt sind Preiserosion und Konzentration im Handel. Grundig begegnet diesen Risiken zum einen durch die neue Produktstrategie einer Positionierung im höherpreisigen Segment (Home InterMedia System mit den Schwerpunkten digital, Internet, wireless), zum anderen durch die gezielte Bearbeitung und Betreuung des Fachhandels auf nationaler Ebene und europaweite Betreuung der Buying Groups.

Die Preiserosion birgt das Risiko eines ständigen Margenverfalls. Der dadurch entstehenden Notwendigkeit zu permanent sinkenden Herstellkosten der Produkte wird durch gezielte Maßnahmen zur Materialpreissenkung und Effizienzsteigerungen in Entwicklung und Produktion Rechnung getragen.

In den Bereichen Car InterMedia System und Digital InterMedia System bestehen Risiken aus einer gewissen Abhängigkeit von bestimmten Großkunden. Diese Risiken werden durch die Erschließung neuer Kundengruppen mit innovativen Produkten reduziert.

Als international ausgerichteter Konzern ist Grundig der zunehmend kritischen Beurteilung der Preisfestsetzung für die Waren- und Dienstleistungsströme zwischen Konzerngesellschaften durch nationale Finanzbehörden ausgesetzt. Die sich daraus ergebenden steuerlichen Risiken wird Grundig zukünftig verstärkt durch eine ausgewogene, die Interessen der einzelnen Konzerngesellschaften berücksichtigende Transferpreisgestaltung mit einer entsprechenden Dokumentation der Grundsätze der Preisermittlung minimieren.

Zu den bestandsgefährdenden Risiken aufgrund der Liquiditäts- und Eigenkapitalsituation wird auf die Ausführungen im nachfolgenden Abschnitt verwiesen.

## Ausblick

Für das Jahr 2002 rechnet die Branche der Unterhaltungselektronik in Europa bei einem schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfeld und einer Konjunkturerholung frühestens ab dem 2. Halbjahr mit einer Abschwächung in Höhe von 2 %. Für Deutschland wird eine Zunahme des Branchenumsatzes von rund 1 % erwartet.

Grundig geht bei seinen Planungen für 2002 von einem Umsatz leicht unter dem Niveau des Vorjahres aus. Ausschlaggebend für den erwarteten Umsatzrückgang sind zum einen der Verkauf von nicht zum Kerngeschäft gehörenden Aktivitäten und zum anderen verzögerte Neuprojektanläufe in den Geschäftsbereichen DIS und CIS. Im Geschäftsbereich HIS wird im Vergleich zum Vorjahr ein leichter Umsatzzuwachs erwartet.

Beim Ergebnis wird der Break even erst für das Jahr 2003 erreicht werden können. Im laufenden Geschäftsjahr 2002 ist trotz der positiven Einflüsse aus der Restrukturierung nochmals von einem operativen Verlust auszugehen, der jedoch deutlich unter dem des Jahres 2001 liegen wird. Dabei wird sich die Mitarbeiterzahl aufgrund der noch geplanten Verkäufe und der auslaufenden Kündigungsfristen der bereits im Jahr 2001 gekündigten Mitarbeiter bis Mitte des Jahres auf unter 4.700 reduzieren.

Allerdings ist die erfolgreiche Fortsetzung des Restrukturierungskonzepts wegen der ungewissen weiteren Entwicklung der Liquiditätssituation und einer drohenden Überschuldung der Grundig AG derzeit noch nicht sichergestellt.

Die inländischen Hausbanken haben aufgrund der bisherigen Fortschritte bei der Umsetzung von wesentlichen Teilen des Restrukturierungskonzepts und der Stellung umfangreicher Sicherheiten die Kreditlinien zunächst bis Ende Juni 2002 gewährt, erwarten jedoch nach den getroffenen Vereinbarungen eine zügige Rückführung aus den geplanten Erlösen aus dem Verkauf der Grundig Business Systems GmbH und von Anteilen an der Grundig Car InterMedia System GmbH. Für beide Aktivitäten sind die Verhandlungen mit den Interessenten in einem fortgeschrittenen Stadium, ein endgültiger Abschluss ist jedoch noch nicht erfolgt.

Nach der vorliegenden Finanzplanung wird ab dem 2. Halbjahr 2002 eine Liquiditätslücke entstehen, die Grundig nicht aus eigener Kraft schließen kann. Dies gilt auch für den Fall, dass sich die inländischen Banken bereit erklären, die Linien auch nach dem 30. Juni 2002 aufrecht zu erhalten. Darüber hinaus kann der für das Geschäftsjahr 2002 noch erwartete Verlust das bilanzielle Eigenkapital und die stillen Reserven der Grundig AG übersteigen, so dass auch die Gefahr der rechtlichen Überschuldung besteht. Aus diesem Grund ist für den Fortbestand von Grundig die Zuführung finanzieller Mittel von außen und die Stärkung der Eigenkapitalbasis der Grundig AG unabdingbar. Zu diesem Zweck werden derzeit intensive Verhandlungen mit potenziellen strategischen Partnern bzw. Finanzinvestoren geführt. Der Vorstand geht aufgrund des Verhandlungsstands davon aus, dass es gelingen wird, auch diese Hürde für die Fortführung des eingeschlagenen Wegs in eine erfolgreiche Zukunft zu nehmen.



# KONZERN-BILANZ

der Grundig AG, Nürnberg

Angaben in T-Euro

<b>Aktiva</b>			
	Anhang	2001	2000
<b>Anlagevermögen</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände		3.015	2.923
Sachanlagen		133.038	151.898
Finanzanlagen		7.330	6.808
	(1)	<b>143.383</b>	<b>161.629</b>
<b>Umlaufvermögen</b>			
Vorräte	(2)	184.964	226.145
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	290.890	350.200
Wertpapiere		874	10.893
Flüssige Mittel	(4)	48.884	39.395
		<b>525.612</b>	<b>626.633</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>3.239</b>	<b>1.692</b>
		<b>672.234</b>	<b>789.954</b>
<b>Passiva</b>			
		2001	2000
<b>Eigenkapital</b>			
Gezeichnetes Kapital		202.707	202.707
Kapitalrücklage		19.173	19.173
Gewinnrücklagen		3.004	1.659
Bilanzergebnis		-193.878	-43.646
	(5)	<b>31.006</b>	<b>179.893</b>
<b>Rückstellungen</b>			
Rückstellungen für Pensionen		217.287	222.332
Steuerrückstellungen		5.451	20.384
Sonstige Rückstellungen		141.692	123.781
	(6)	<b>364.430</b>	<b>366.497</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>		<b>275.648</b>	<b>241.671</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<b>1.150</b>	<b>1.893</b>
		<b>672.234</b>	<b>789.954</b>

# KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG der Grundig AG, Nürnberg

Angaben in T-Euro

	Anhang	2001	2000
<b>Umsatzerlöse</b>	(11)	1.280.783	1.452.818
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	(12)	-1.138.525	-1.236.006
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		142.258	216.812
Vertriebskosten		-271.975	-256.217
Allgemeine Verwaltungskosten	(13)	-7.008	-6.840
Saldo sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	(14)	45.741	46.238
Beteiligungsergebnis	(15)	244	2.018
Abschreibungen auf Finanzanlagen		-47	-93
Zinsergebnis	(16)	-3.166	-946
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>		-93.953	972
Außerordentliche Aufwendungen	(17)	-69.991	0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(18)	13.712	0
<b>Jahresfehlbetrag/-überschuss</b>		-150.232	972
Ergebnisvortrag		-43.646	-44.618
<b>Bilanzergebnis</b>		<b>-193.878</b>	<b>-43.646</b>



# ENTWICKLUNG DES KONZERN-ANLAGEVERMÖGENS

Angaben in T-Euro

	Stand am 01.01.2001	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Stand am 31.12.2001
		Währungs- differenzen	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	
<b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>						
Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	7.323	140	2.173	1.148	642	9.130
Firmenwert	441	-7	0	0	0	434
Geleistete Anzahlungen	639	0	0	0	-639	0
<b>Summe</b>	<b>8.403</b>	<b>133</b>	<b>2.173</b>	<b>1.148</b>	<b>3</b>	<b>9.564</b>
<b>Sachanlagen</b>						
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	144.954	163	1.525	24.850	1.970	123.762
Technische Anlagen und Maschinen	274.016	473	17.234	38.944	3.865	256.644
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	142.181	435	15.308	7.680	274	150.518
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	11.298	0	15.150	17.235	-6.112	3.101
<b>Summe</b>	<b>572.449</b>	<b>1.071</b>	<b>49.217</b>	<b>88.709</b>	<b>-3</b>	<b>534.025</b>
<b>Finanzanlagen</b>						
Anteile an verbundenen Unternehmen	6.058	0	97	1.746	0	4.409
Anteile an assoziierten Unternehmen	20	0	0	0	0	20
Beteiligungen	87	0	0	0	0	87
Wertpapiere des Anlagevermögens	4.790	0	1.462	1.089	0	5.163
<b>Summe</b>	<b>10.955</b>	<b>0</b>	<b>1.559</b>	<b>2.835</b>	<b>0</b>	<b>9.679</b>
<b>Anlagevermögen des Konzerns</b>	<b>591.807</b>	<b>1.204</b>	<b>52.949</b>	<b>92.692</b>	<b>0</b>	<b>553.268</b>

Stand am 01.01.2001	Währungs- differenzen	Abschreibungen				Stand am 31.12.2001	Nettowerte	Nettowerte
		Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	31.12.2001		31.12.2000	
5.369	101	1.677	815	0	6.332	2.798	1.954	
111	-1	107	0	0	217	217	330	
0	0	0	0	0	0	0	639	
<b>5.480</b>	<b>100</b>	<b>1.784</b>	<b>815</b>	<b>0</b>	<b>6.549</b>	<b>3.015</b>	<b>2.923</b>	
79.386	37	4.584	16.287	0	67.720	56.042	65.568	
230.245	345	22.569	36.714	0	216.445	40.199	43.771	
110.920	296	15.774	10.168	0	116.822	33.696	31.261	
0	0	0	0	0	0	3.101	11.298	
<b>420.551</b>	<b>678</b>	<b>42.927</b>	<b>63.169</b>	<b>0</b>	<b>400.987</b>	<b>133.038</b>	<b>151.898</b>	
3.736	0	0	1.746	0	1.990	2.419	2.322	
0	0	0	0	0	0	20	20	
36	0	0	0	0	36	51	51	
375	0	47	99	0	323	4.840	4.415	
<b>4.147</b>	<b>0</b>	<b>47</b>	<b>1.845</b>	<b>0</b>	<b>2.349</b>	<b>7.330</b>	<b>6.808</b>	
<b>430.178</b>	<b>778</b>	<b>44.758</b>	<b>65.829</b>	<b>0</b>	<b>409.885</b>	<b>143.383</b>	<b>161.629</b>	



# KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Angaben in T-Euro

	2001	2000
Periodenergebnis (vor außerordentlichen Posten)	-80.241	972
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	44.757	41.695
Zunahme/Abnahme der Rückstellungen	-43.810	-43.722
Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-11.273	-3.610
Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	98.944	3.948
Zunahme/Abnahme der Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-32.485	-4.055
Auszahlungen aus außerordentlichen Posten	-28.248	0
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-52.356</b>	<b>-4.772</b>
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens und des Sachanlagevermögens	37.147	6.293
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen und in das Sachanlagevermögen	-51.390	-66.644
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	990	1.036
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-1.558	-492
<b>Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-14.811</b>	<b>-59.807</b>
Einzahlungen aus der Aufnahme von sonstigen Darlehen	7.669	0
<b>Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>7.669</b>	<b>0</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds</b>	<b>-59.498</b>	<b>-64.579</b>
Wechselkursbedingte und sonstige Wertänderungen des Finanzmittelfonds	1.772	-139
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	-9.487	55.231
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>-67.213</b>	<b>-9.487</b>

# KONZERN-ANHANG

Der Konzernabschluss wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches unter der Annahme der Unternehmensfortführung aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Umsatzkostenverfahren angewandt.

Zur Verbesserung der Klarheit der Darstellung werden einzelne Posten der Konzern-Bilanz und der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst und im Konzern-Anhang gesondert ausgewiesen. Die Betragsangaben erfolgen in T-Euro.

Der Konzernabschluss 2001 ist erheblich beeinflusst durch die Reorganisationsmaßnahmen der Grundig Gruppe mit dem Schwerpunkt der Werksschließungen in Deutschland sowie der Veräußerung nicht betriebsnotwendigen Vermögens und der Aufgabe nicht zum Kerngeschäft gehörender Aktivitäten.

## Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Grundig AG fünf inländische und 28 ausländische Unternehmen einbezogen, bei denen die Grundig AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte besitzt. Die Gesellschaften sind auf den Seiten 56 bis 57 aufgeführt.

Mit Wirkung vom 1. Januar 2001 wurden die Grundig Audio Internacional, Lda., und die Grundig Auto-Radio Portugal, Lda., beide mit Sitz in Braga/Portugal, durch Übertragung ihres Vermögens als Ganzes unter Ausschluss der Abwicklung auf die bisher wegen untergeordneter Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogene Grundig Indústria Portugal – Fábrica de Produtos Audio, Lda., Braga/Portugal, verschmolzen und die Firma der aufnehmenden Gesellschaft in GRUNDIG – Sistemas de Electrónica, Lda., geändert. Neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen wurden außerdem die GRUNDIG Car InterMedia System GmbH, Nürnberg, und die GRUNDIG Business Systems GmbH, Nürnberg. Auf diese im August 2001 neu gegründeten Gesellschaften hat die Grundig AG zum 1. Oktober 2001 ihre Teilbetriebe »CarAudio« und »Bürokommunikation« übertragen.

Durch die Veränderungen wird die Vergleichbarkeit des Konzernabschlusses zum Vorjahr nicht wesentlich beeinträchtigt.

Acht Tochterunternehmen, die auch bei zusammengefasster Betrachtung für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von untergeordneter Bedeutung sind, wurden nicht in den Konsolidierungskreis einbezogen. Von diesen Gesellschaften üben vier keine aktive Geschäftstätigkeit mehr aus.



## Konsolidierungsmethoden

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Buchwertmethode gemäß § 301 Abs. 1 Nr. 1 HGB durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem auf das Mutterunternehmen entfallenden Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung. Die sich aus der Kapitalkonsolidierung ergebenden aktiven Unterschiedsbeträge werden, soweit möglich, den betreffenden Bilanzpositionen zugeordnet, verbleibende als Geschäftswert aktiviert und abgeschrieben. Gegenwärtig ergeben sich aus der Kapitalkonsolidierung keine aktiven Unterschiedsbeträge.

Die nach der Erstkonsolidierung erwirtschafteten Ergebnisse der Tochterunternehmen sind bis 31. Dezember 1996 in die Konzernrücklagen eingestellt worden, ebenso erfolgswirksame Konsolidierungsmaßnahmen und Währungsdifferenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals. Die ab 1. Januar 1997 ausgewiesenen Jahresergebnisse werden als Bilanzergebnis dargestellt.

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen konsolidierten Unternehmen werden aufgerechnet. Differenzen aus der Schuldenkonsolidierung werden erfolgswirksam behandelt.

Erlöse aus Innenumsätzen sowie andere konzerninterne Erträge werden mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet. Zwischenergebnisse aus dem konzerninternen Lieferungs- und Leistungsverkehr werden eliminiert, soweit sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind.

## Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten bewertet und planmäßig über die jeweilige Nutzungsdauer von zwei bis vier Jahren abgeschrieben. Abgeschriebene immaterielle Vermögensgegenstände werden im Anlagenspiegel als Abgang dargestellt.

Das Sachanlagevermögen ist mit Anschaffungs- oder Herstellungskosten und, soweit abnutzbar, unter Berücksichtigung planmäßiger, nach der linearen Methode ermittelter Abschreibungen bewertet. Soweit den Anlagegegenständen am Bilanzstichtag ein niedrigerer Wert beizulegen ist, werden außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Die Herstellungskosten beinhalten neben Einzel- auch anteilige Gemeinkosten.

Die den planmäßigen Abschreibungen zu Grunde gelegten Nutzungsdauern orientieren sich grundsätzlich an steuerlichen Vorschriften. Es werden im Wesentlichen folgende Nutzungsdauern verwendet:

Gebäude	10 - 50 Jahre
Maschinen, techn. Anlagen	3 - 8 Jahre
Sonderwerkzeuge	1,5 - 3 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 - 10 Jahre

Geringwertige Anlagegüter werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben und im Anlagenspiegel als Abgang behandelt.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen sowie Wertpapiere des Anlagevermögens sind zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt.

Vorräte werden mit den Anschaffungs- beziehungsweise Herstellungskosten angesetzt. In den Herstellungskosten sind angemessene Teile notwendiger Gemeinkosten enthalten. Zinsen für Fremdkapital werden nicht in die Herstellungskosten einbezogen. Den Bestandsrisiken, die sich aus der Lagerreichweite, verminderter Verwertbarkeit sowie erwarteten niedrigeren Erlöswerten ergeben, wird durch Abschreibungen Rechnung getragen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennwert bilanziert. Die Umrechnung von Fremdwährungsforderungen erfolgt mit dem Geldkurs zum Stichtag, sofern dieser niedriger ist als der Entstehungskurs. Erkennbare Ausfallrisiken sind durch individuelle Abschreibungen berücksichtigt, die zum Teil in Abhängigkeit von der Überfälligkeit und Fristigkeit pauschal ermittelt werden.

Pensionsrückstellungen werden unter Anwendung der Richttafeln 1998 mit einem Rechnungszinssatz von 6 % versicherungsmathematisch ermittelt.

Verpflichtungen aus Anwartschaften ausgeschiedener Mitarbeiter und geschlossenen Pensionsordnungen sowie laufende Rentenverpflichtungen werden mit ihren Barwerten, andere Anwartschaften mit dem Teilwert bilanziert. Fehlbeträge bestehen nicht.

Für erkennbare Risiken und ungewisse Verpflichtungen werden in angemessenem Umfang Rückstellungen gebildet.

Verbindlichkeiten werden zum Rückzahlungsbetrag, Verbindlichkeiten mit dem Briefkurs zum Stichtag, sofern dieser höher ist als der Entstehungskurs, angesetzt.

Die Berechnung latenter Steuerpositionen erfolgt mit dem Steuersatz, der für thesaurierte Gewinne gilt. Latente Steuerforderungen werden bilanziert, wenn sie werthaltig sind, und mit latenten Steuerverbindlichkeiten verrechnet. Die Bildung von latenten Steuerpositionen unterbleibt, wenn im Zeitpunkt der Umkehrung keine Steuerbe- bzw. -entlastungen zu erwarten sind.

## Währungsumrechnung

Die Bilanzpositionen der in den Konzernabschluss einbezogenen ausländischen Tochtergesellschaften werden mit dem Geldkurs zum Bilanzstichtag umgerechnet.

Aufwendungen und Erträge der ausländischen Tochtergesellschaften werden mit den jeweiligen Monatskursen, die Jahresergebnisse mit dem Geldkurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Die sich daraus ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden innerhalb der sonstigen betrieblichen Erträge ausgewiesen.



# ERLÄUTERUNGEN DER BILANZ

Angaben in T-Euro

## AKTIVA

### (1) Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 2001 ist in einer gesonderten Übersicht auf den Seiten 44 und 45 dargestellt.

Die Anlagenabgänge betreffen hauptsächlich den Verkauf von Grundstücken in Fürth (ehemalige Grundig Zentrale) und in Italien sowie die dem Formenbau zugeordneten Vermögensgegenstände.

Nicht in den Konsolidierungskreis aufgenommene verbundene Unternehmen sind auf der Seite 57 aufgeführt.

### (2) Vorräte

	2001	2000
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	39.099	68.307
Unfertige Erzeugnisse und unfertige Leistungen	9.050	12.796
Fertige Erzeugnisse und Waren	136.815	145.042
	<b>184.964</b>	<b>226.145</b>

### (3) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	2001	davon Restlaufzeit über 1 Jahr	2000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	259.658	611	311.563
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	148	0	130
Sonstige Vermögensgegenstände	31.084	2.138	38.507
	<b>290.890</b>	<b>2.749</b>	<b>350.200</b>

### (4) Flüssige Mittel

	2001	2000
Kassenbestand	110	115
Guthaben bei Kreditinstituten	48.774	39.280
	<b>48.884</b>	<b>39.395</b>

# PASSIVA

## (5) Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital beträgt 202.707 T-Euro und ist eingeteilt in 7.929.200 Stück nennwertlose Inhabersaktien.

Die Kapitalrücklage entspricht dem Aufgeld aus einer Kapitalerhöhung vom 18. November 1976 bei der Grundig AG in Höhe von 19.173 T-Euro.

Bei den Gewinnrücklagen ergab sich im Wesentlichen durch bilanzielle Währungsumrechnungseffekte eine Erhöhung um 1.345 T-Euro auf 3.004 T-Euro. Das Bilanzergebnis entspricht dem Konzernergebnis seit Beginn des Geschäftsjahres 1997.

## (6) Rückstellungen

In den Steuerrückstellungen sind erstmals keine latenten Steuerverbindlichkeiten ausgewiesen. Ursachen sind die Verminderung der Bewertungsunterschiede zu den Steuerbilanzen und die Feststellung verrechenbarer Verlustvorträge durch abgeschlossene steuerliche Außenprüfungen in Deutschland.

In den sonstigen Rückstellungen sind u.a. Beträge für Garantieverpflichtungen, Risiken aus Schutzrechten Dritter, Personalaufwendungen, Risiken aus schwebenden Geschäften und mit 44.165 T-Euro Rückstellungen für Reorganisationsmaßnahmen enthalten. Diese beinhalten vor allem Aufwendungen für den Personalabbau, drohende Verluste aus vertraglichen Verpflichtungen sowie sonstige Risiken aufgrund der Werksschließungen.

## (7) Verbindlichkeiten

	2001	2000
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	122.085	59.775
davon gesichert durch Grundpfandrechte, Verpfändung von Geschäftsanteilen, Wertpapiere, Forderungszession und sonstige Sicherheitsleistungen	(120.597)	(41.883)
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	9	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	114.612	127.437
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.737	2.585
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0	24
Sonstige Verbindlichkeiten	36.205	51.850
davon aus Steuern	(19.221)	(21.532)
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(5.227)	(5.800)
	<b>275.648</b>	<b>241.671</b>

Inländische Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind, neben den üblichen Eigentumsvorbehalten, teilweise auch durch Vorrats- und Forderungsabtretungen gesichert.

Von den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten haben 638 T-Euro eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren. Ferner sind unter den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen Verbindlichkeiten in Höhe von 527 T-Euro mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr enthalten. Die übrigen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.



### (8) Haftungsverhältnisse

	2001	2000
Wechselobligo	294	313
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	190	1
	<b>484</b>	<b>314</b>

### (9) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Wert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Leasingverträgen beträgt im Konzern 99.492 T-Euro. Darüber hinaus besteht noch eine Kapitaleinzahlungsverpflichtung bei einer nicht konsolidierten ausländischen Tochtergesellschaft in Höhe von 47 T-Euro.

### (10) Derivative Finanzinstrumente

Zur Absicherung von Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft nutzt Grundig Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen. Zum 31. Dezember 2001 betrug das Gesamtvolumen, umgerechnet zum Stichtagskurs, 22.491 T-Euro.

## ERLÄUTERUNGEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Angaben in T-Euro

### (11) Umsatzerlöse

	2001	2000
<b>Aufgliederung nach Sparten</b>		
Unterhaltungselektronik	1.242.653	1.408.644
Messtechnik, Bürogeräte	33.359	37.504
Mieterlöse	4.771	6.670
	<b>1.280.783</b>	<b>1.452.818</b>
<b>Aufgliederung nach Regionen</b>		
Deutschland	512.379	530.810
EU (ohne Deutschland)	590.820	742.121
Übriges Europa	135.092	148.240
Übrige Länder	42.492	31.647
	<b>1.280.783</b>	<b>1.452.818</b>

### (12) Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen

Dieser Posten umfasst die Herstellungskosten der verkauften Erzeugnisse und die Anschaffungskosten der verkauften Handelswaren sowie die den Mieterlösen zuzuordnenden Aufwendungen. Außerdem werden unter dieser Position die nicht in den aktivierten Herstellungskosten aufgenommenen Aufwendungen sowie Abschreibungen auf das Vorratsvermögen ausgewiesen.

### (13) Allgemeine Verwaltungskosten

Als allgemeine Verwaltungskosten werden die Kosten des Vorstands und der Zentralstellen der Grundig AG ausgewiesen.

### (14) Saldo sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen

	2001	2000
Sonstige betriebliche Erträge	62.481	73.316
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16.740	-27.078
<b>Saldo</b>	<b>45.741</b>	<b>46.238</b>

Die sonstigen betrieblichen Erträge enthalten Erträge aus der Auflösung von sonstigen Rückstellungen in Höhe von 14.178 T-Euro (Vorjahr 39.406 T-Euro) sowie Gewinne aus Anlageabgängen in Höhe von 14.016 T-Euro. Außerdem sind unter dieser Position u.a. Erträge aus der Weiterbelastung von Kosten, aus Schadens-/Regressfällen sowie Kurserträge ausgewiesen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten Effekte aus Fremdwährungsgeschäften und -positionen sowie Aufwendungen aus Schadens-/Regressfällen, Wertminderungen von sonstigen Vermögensgegenständen und Verluste aus Anlageabgängen.

### (15) Beteiligungsergebnis

	2001	2000
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	123	171
Andere Ergebnisse	121	1.847
davon aus verbundenen Unternehmen	(0)	(1.510)
	<b>244</b>	<b>2.018</b>

### (16) Zinsergebnis

	2001	2000
Erträge aus anderen Wertpapieren	259	0
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.800	4.025
davon aus verbundenen Unternehmen	(0)	(11)
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6.225	-4.971
davon an verbundene Unternehmen	(-73)	(-55)
	<b>-3.166</b>	<b>-946</b>

### (17) Außerordentliche Aufwendungen

Die Position enthält die Aufwendungen für die im ersten Quartal 2001 beschlossene Restrukturierung. Hierin sind enthalten: Aufwendungen aufgrund der Werksschließungen in Deutschland, im Wesentlichen für Personalmaßnahmen, Verlagerung der Produktion, Beratungskosten sowie drohende Verluste aus vertraglichen Verpflichtungen. Vom Gesamtaufwand von 70 Millionen Euro sind in 2001 bereits 30 Millionen Euro angefallen, der Restbetrag ist in den sonstigen Rückstellungen enthalten.



## (18) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Ergebnisverbessernd wirkte die Auflösung von Rückstellungen für latente Steuerrisiken in Höhe von 14.276 T-Euro infolge der Verminderung der Bewertungsunterschiede zu den Steuerebilanzen und der Feststellung verrechenbarer Verlustvorträge durch abgeschlossene steuerliche Außenprüfungen in Deutschland. Gegenläufig ist ein Steueraufwand von 564 T-Euro.

## SONSTIGE ANGABEN

### Personalaufwand/Mitarbeiter

	2001	2000
<b>Personalaufwand</b> Angaben in T-Euro		
Löhne und Gehälter	200.825	196.284
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	55.326	54.706
davon für Altersversorgung	(15.760)	(15.768)
	<b>256.151</b>	<b>250.990</b>
<b>Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)</b>		
Forschung und Entwicklung	460	451
Technik	3.250	3.305
Vertrieb und Verwaltung	2.040	2.082
	<b>5.750</b>	<b>5.838</b>

### Außerplanmäßige Abschreibungen

Außerplanmäßige Abschreibungen gemäß § 253 Abs. 2 Satz 3 HGB wurden in Höhe von 47 T-Euro vorgenommen.

### Angaben zu Vorstand und Aufsichtsrat

Die Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat ist in einer gesonderten Aufstellung dargestellt.

Für das Geschäftsjahr 2001 beliefen sich die Bezüge der Mitglieder des Vorstands auf 1.687 T-Euro. Des Weiteren wurden Bezüge in Höhe von 408 T-Euro gewährt, die bisher in keinem Konzernabschluss angegeben worden sind. Die Zahlungen an frühere Mitglieder des Vorstands und ihre Hinterbliebenen betragen 946 T-Euro im Geschäftsjahr. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind 6.336 T-Euro zurückgestellt. Dem Aufsichtsrat wurden 178 T-Euro vergütet.

Nürnberg, den 27. März 2002  
Grundig Aktiengesellschaft  
Der Vorstand

Dr. Kohlhammer

Dr. Moissl

Dr. Saalfrank

Kister

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Grundig Aktiengesellschaft, Nürnberg, aufgestellten Konzernabschluss und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2001 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise über die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Ohne diese Beurteilung einzuschränken, weisen wir auf die Ausführungen zu den bestandsgefährdenden Risiken im Lagebericht hin. Dort ist im Abschnitt »Ausblick« dargestellt, dass es für den Fortbestand der Grundig Aktiengesellschaft, Nürnberg, erforderlich ist, dass Liquidität von außen zugeführt und die Eigenkapitalbasis gestärkt wird.

Nürnberg, den 5. April 2002

Bayerische Treuhandgesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Kozikowski            Grümpel  
Wirtschaftsprüfer    Wirtschaftsprüfer

Bei Veröffentlichungen oder Weitergabe des Konzernabschlusses und/oder des Konzern-Lageberichts in einer von der bestätigten Fassung abweichenden Form (einschließlich der Übersetzung in andere Sprachen) bedarf es zuvor unserer erneuten Stellungnahme, sofern hierbei unser Bestätigungsvermerk zitiert oder auf unsere Prüfung hingewiesen wird; wir weisen insbesondere auf § 328 HGB hin.



# DIE GRUNDIG AG UND IHRE KONSOLIDIERTEN BETEILIGUNGEN

Grundig AG, Nürnberg

Gezeichnetes Kapital 202.706.779 Euro

Gesellschafts- kapital (in T-Euro)	Beteiligungs- verhältnis unmittelbar	Beteiligungs- verhältnis mittelbar (über Pos.)
------------------------------------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------

## Deutschland

### Produktion, Entwicklung und Vertrieb

1	Grundig Fernseh-Video Produkte und Systeme GmbH, Nürnberg	35.790	100 %	
2	GRUNDIG Car InterMedia System GmbH, Nürnberg	12.000	100 %	
3	GRUNDIG Business Systems GmbH, Nürnberg	500	100 %	
4	Grundig TV-Communications GmbH, Fürth	26		100 % 1)
5	events today AG, München	50	100 %	

## Ausland

### Produktion und Entwicklung

6	Grundig Logística Portugal Lda., Braga/Portugal	499		100 % 2)
7	GRUNDIG - Sistemas de Electrónica, Lda., Braga/Portugal	3.566		100 % 2)
8	Grundig Satellite Communications Manufacturing Ltd., Llantrisant/Großbritannien	7.797		100 % 11)
9	Grundig Digital Systems, San Jose/Kalifornien	6	100 %	

### Produktion und Vertrieb

10	Grundig Austria Gesellschaft m.b.H., Wien/Österreich	50.871	100 %	
11	Grundig UK Ltd., Borehamwood/Großbritannien	18.055		100 % 1)

		Gesellschafts- kapital (in T-Euro)	Beteiligungs- verhältnis unmittelbar	Beteiligungs- verhältnis mittelbar (über Pos.)
<b>Vertrieb</b>				
12	Grundig France S.A.S., Rueil-Malmaison/Frankreich	6.096	100 %	
13	Grundig Italiana S.p.A., Trento/Italien	20.640	99 %	1% 10)
14	Grundig Portuguesa Comércio de Artigos Electrónicos Lda., Lissabon/Portugal	2.494	100 %	
15	Grundig España S.A., Barcelona/Spanien	5.409	100 %	
16	Grundig Svenska AB, Solna/Schweden	2.138	100 %	
17	Grundig Danmark A/S, Vaerløse/Dänemark	2.414	100 %	
18	Grundig Norge A/S, Ski/Norwegen	1.002	100 %	
19	Grundig OY, Espoo/Finnland	505	100 %	
20	Grundig Nederland B.V., Amsterdam/Niederlande	3.595	100 %	
21	Grundig (Schweiz) AG, Kloten/Schweiz	1.349	100 %	
22	S.A. Grundig Belux N.V., Zaventem/Belgien	1.884	100 %	
23	Grundig Ireland Ltd., Dublin/Irland	2.539	100 %	
24	Grundig Magyarország Kft., Budapest/Ungarn	159		100 % 10)
25	Grundig Slovensko s r.o., Bratislava/Slowakische Republik	203		100 % 10)
26	Grundig spol. s r.o., Prag/Tschechische Republik	338		100 % 10)
27	Grundig Polska, Sp.z o.o., Warschau/Polen	6.553	100 %	
28	Grundig Gulf FZE, Dubai/Vereinigte Arab. Emirate	309	100 %	
29	Grundig Business Systems Ltd., Borehamwood/Großbritannien	164		100 % 11)
30	Grundig Satellite Communications Ltd., Llantrisant/Großbritannien	1.641		100 % 11)
31	Grundig Microwave Technology Ltd., Borehamwood/Großbritannien	5.070		100 % 11)
32	Grundig International Ltd., Borehamwood/Großbritannien	9.520		100 % 11)
33	Grundig Australia Pty. Ltd., Sydney/Australien	578	100 %	

#### Tochterunternehmen, die wegen untergeordneter Bedeutung nicht konsolidiert wurden:

##### Inland

34	Grundig Versicherungs-Service GmbH, Fürth	51	100 %	
----	-------------------------------------------	----	-------	--

##### Ausland

35	Grundig Electronique S.A., Creutzwald/Frankreich *	152	100 %	
36	Grundig Panamericana Inc., Wilmington/USA *	1	100 %	
37	Grundig Business Systems Praha s r.o., Prag/Tschechische Republik *	4	100 %	
38	Grundig Slovenija d.o.o., Ljubljana/Slowenien	7		100% 10)
39	P.T. Grundig International Indonesia, Jakarta/Indonesien *	0	100 %	
40	Grundig Hrvatska d.o.o., Zagreb/Kroatien	2		100% 10)
41	Grundig Sistemas Automotivos Ltda., São Paulo/Brasilien	180	100 %	

\* inaktiv



### Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat während des Geschäftsjahres 2001 die Entwicklung des Konzerns intensiv begleitet. Er ließ sich am 14. Februar, 26./29. März, 9. Mai, 18. September und 14. Dezember 2001 sowie auf einer außerordentlichen Sitzung am 26. Juli 2001 und darüber hinaus durch regelmäßige schriftliche Vorstandsberichte über die Geschäftslage und wesentliche Vorgänge unterrichten. Der Aufsichtsratsvorsitzende hat den Vorstand laufend beraten und alle wichtigen Vorhaben eingehend mit ihm behandelt. Schwerpunkte der Beratungen des Aufsichtsrats waren u.a. die Restrukturierung, die finanzielle Situation und die Entwicklung des Eigenkapitals.

Den vorlage- und zustimmungspflichtigen Geschäften und Vorgängen hat der Aufsichtsrat nach umfassender Beratung zugestimmt.

Der Vorstand hat am 1. Juni 2001 pflichtgemäß den Verlust in Höhe der Hälfte des Grundkapitals angezeigt und gemäß § 92 Absatz 1 AktG die Hauptversammlung einberufen.

Im Laufe des Geschäftsjahres kam es zu folgenden Veränderungen in der Zusammensetzung des Vorstands und Aufsichtsrats: Herr Dr. Herbert Bruch ist zum 10. Mai 2001 als Mitglied und Sprecher des Vorstands der Grundig AG ausgeschieden. Er wurde ab diesem Zeitpunkt als Nachfolger für den aus dem Aufsichtsrat ausgeschiedenen Herrn Dr. Wilhelm Pällmann in den Aufsichtsrat gewählt. Herr Dr. Hans-Peter Kohlhammer wurde ab 10. Mai 2001 zum Mitglied und Vorsitzenden des Vorstands gewählt. Zu weiteren Mitgliedern des Vorstands wurden ab 1. Juli 2001 die Herren Dr. Werner Saalfrank und Wilhelm H. Kister gewählt. Herr Dobrowolski ist zum 31. Oktober 2001 als Vertreter der leitenden Angestellten aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Herr Walter Baumgartner wurde am 13. Juli 2001 durch das Amtsgericht Nürnberg zum Mitglied des Aufsichtsrats, Vertreter der Gewerkschaften, bestellt.

Die Bayerische Treuhandgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Nürnberg, hat unter Einbeziehung der Buchführung den Jahresabschluss und den Konzernabschluss der Grundig AG zum 31. Dezember 2001, den Lagebericht und Konzernlagebericht geprüft und den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt, der mit einem Zusatz versehen ist.

Der vom Vorstand nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs aufgestellte Jahresabschluss der Grundig AG, der Konzernabschluss und die Lageberichte haben allen Aufsichtsratsmitgliedern vorgelegen und wurden von diesen geprüft. Den Aufsichtsratsmitgliedern wurde der Bericht über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses zur Verfügung gestellt. Die Unterlagen sind in der Sitzung des Aufsichtsrats vom 15. Mai 2002 in Anwesenheit des Abschlussprüfers eingehend behandelt worden. Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung durch den Aufsichtsrat wurden keine Einwände erhoben. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss hat der Aufsichtsrat gebilligt, der damit festgestellt ist. Weiterhin hat der Vorstand dem Aufsichtsrat den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (Abhängigkeitsbericht) gemäß § 312 AktG und den hierzu vom Abschlussprüfer erstellten Prüfungsbericht vorgelegt.

Der Abschlussprüfer hat folgenden Bestätigungsvermerk erteilt: »Nach unserer pflichtgemäßen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind und bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.«

Der Aufsichtsrat hat den Abhängigkeitsbericht geprüft und stimmt ihm zu. Ferner teilt der Aufsichtsrat das Ergebnis der Abschlussprüfer in deren Prüfungsbericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen. Nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfung des Abhängigkeitsberichts hat der Aufsichtsrat keine Einwendungen gegen die Erklärungen des Vorstands am Schluss des Berichts über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand der Grundig AG und den Geschäftsführern der Tochtergesellschaften sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr geleistete Arbeit.

Nürnberg, im Mai 2002

Für den Aufsichtsrat  
Professor Dr. Anton Kathrein (Vorsitzender)



# ORGANE DER GESELLSCHAFT

## Aufsichtsrat

Prof. Dr. Anton Kathrein, Rosenheim

- Vorsitzender
- Persönlich haftender Gesellschafter der Kathrein Werke KG
- Vorsitzender des Aufsichtsrats der Erste Rosenheimer Privatbank AG
- Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der EPCOS AG
- Mitglied des Aufsichtsrats der Isar-Amper-Werke AG

Gerd Lobodda\*, Nürnberg

- Stellvertretender Vorsitzender
- 1. Bevollmächtigter der IG-Metall Nürnberg

Dieter Appelt\*, Nürnberg

- Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats

Walter Baumgartner\*, Münchberg (seit 13.7.2001)

- 2. Bevollmächtigter der IG-Metall-Verwaltungsstelle Ostoberfranken

Dr. Herbert Bruch, Erlangen (seit 10.5.2001)

- Physiker
- Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats der Hermann Gutmann Werke GmbH, Weissenburg

Klaus Dobrowolski\*, Fürth (bis 31.10.2001)

- Leiter Personalwesen

Hans-Heinrich Firnges, Karlsruhe

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der MANN Immobilien-Verwaltungs AG und der MANN MOBILIA Beteiligungs AG
- Verwaltungsrat VESTA GmbH, Idar Oberstein

Hartmut Langhorst, München

- Vorsitzender des Aufsichtsrats der BayBG Bayerische Beteiligungs Gesellschaft mbH
- Mitglied des Aufsichtsrats der Greiffenberger Aktiengesellschaft, Marktredwitz

Dr. Wilhelm Pöllmann, Frankfurt (bis 10.5.2001)

- Vorsitzender der Aufsichtsräte  
AVECO Holding AG, Frankfurt  
A.Sutter GmbH, Essen (bis Mai 2001)  
Berliner Verkehrsbetriebe (BVG), Berlin  
Flughafen Düsseldorf GmbH, Düsseldorf  
Schenker AG, Mühlheim a.d.Ruhr

Franz Popp\*, Nürnberg

- Stellvertretender Betriebsratsvorsitzender, Nürnberg

Detlef Thiede\*, Fürth

- Vorsitzender des Betriebsrats, Fürth

Dr. Wolf Rüdiger Willig, Erlangen

- Geschäftsführer der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH, München
- Mitglied des Aufsichtsrats der  
Varetis AG, München  
Wilden AG, Nabburg

Werner Zettl, Rosenheim

- Steuerberater
- Mitglied des Aufsichtsrats der Erste Rosenheimer Privatbank AG

## Vorstand

Dr. Herbert Bruch, Erlangen (bis 10.5.2001)

- Sprecher des Vorstands

Dr. Hans-Peter Kohlhammer, Kulmbach (seit 10.5.2001)

- Vorsitzender des Vorstands

Dr. Günter H. Moissl, Fürth

Dr. Werner Saalfrank, Herzogenaurach (seit 1.7.2001)

Wilhelm H. Kister, München (seit 1.7.2001)

\* Arbeitnehmervertreter

# IMPRESSUM

## Herausgeber

Grundig AG  
Beuthener Straße 43  
90471 Nürnberg

## Konzeption und Design

Kirchhoff Consult AG, Hamburg

## Fotografie

Grundig AG  
Hartmut Nägele

## Lithografie und Druck

Offizin Paul Hartung GmbH & Co KG, Hamburg

[www.grundig.com](http://www.grundig.com)