

**GESCHÄFTSBERICHT**  
**1999**

# ORGANE DER GESELLSCHAFT

## AUFSICHTSRAT

### **Burkhard Wollschläger**

Leitershofen

Vorsitzender

Vorsitzender der Aufsichtsräte  
Klöckner-Werke AG, Viag AG,  
Varta AG (seit 3.3.2000)

### **Gerd Lobodda\***

Nürnberg

Stellvertretender Vorsitzender

1. Bevollmächtigter der IG-Metall  
Nürnberg

### **Prof. Dr. Anton Kathrein**

Rosenheim

Weiterer stellvertretender Vorsitzender

Persönlich haftender Gesellschafter  
der Kathrein Werke KG

Aufsichtsratsvorsitzender der  
Erste Rosenheimer Privatbank AG

Stellvertretender

Aufsichtsratsvorsitzender EPCOS AG

### **Dieter Appelt\***

Nürnberg

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats

### **Klaus Dobrowolski\***

Fürth

Leiter Personalwesen

### **Hans-Heinrich Firnges**

Karlsruhe

Geschäftsführer MANN GmbH,  
Karlsruhe

### **Thomas Händel\***

Fürth

1. Bevollmächtigter  
der IG-Metall Fürth

### **Hartmut Langhorst**

München

Stellvertretender Vorsitzender  
des Vorstands LfA Förderbank Bayern,  
Bayerische Landesanstalt  
für Aufbaufinanzierung, München

Vorsitzender des Aufsichtsrats  
Bayerische Unternehmens- und  
Wagnisbeteiligungsgesellschaft mbH,  
BUWB, Grünwald

### **Dr. Wilhelm Pällmann**

Frankfurt

Vorsitzender der Aufsichtsräte  
AVECO Holding AG, Frankfurt  
Flughafen Düsseldorf GmbH,  
Düsseldorf  
Haas Consult GmbH, Hannover  
(bis 19.8.1999)  
Landesnahverkehrsgesellschaft Nieder-  
sachsen GmbH (LNVG), Hannover  
A. Sutter GmbH, Essen

### **Franz Popp\***

Nürnberg

Stellvertretender Betriebsrats-  
vorsitzender, Nürnberg

### **Detlef Thiede\***

Fürth

Vorsitzender des Betriebsrats, Fürth

### **Dr. Wolf Rüdiger Willig**

Erlangen

Geschäftsführer Bayerische  
Beteiligungsgesellschaft mbH,  
München

## VORSTAND

### **Dr. Herbert Bruch**

Erlangen

Sprecher des Vorstands

### **Manfred Bartl**

Ingolstadt

### **Dr. Günter H. Moissl**

Fürth

\*Arbeitnehmersvertreter

## AUF EINEN BLICK

### FINANZEN

		1998	1999
Umsatz	(Mio. DM)	2.666	2.673
Deutschland	(Mio. DM)	1.128	1.087
Ausland	(Mio. DM)	1.538	1.586

Ergebnis der gewöhnl. Geschäftstätigkeit	(Mio. DM)	15,1	15,4
Operativer Cash-Flow	(Mio. DM)	- 72	-146

Investitionen	(Mio. DM)	72	119
Bilanzsumme	(Mio. DM)	1.591	1.593
Eigenkapital	(Mio. DM)	329	350
in % der Bilanzsumme		20,7	22,0

### MITARBEITER

		1998	1999
Anzahl der Mitarbeiter zum Jahresende		5.693	5.844
Deutschland		2.897	2.914
Ausland		2.796	2.930

Personalaufwand	(Mio. DM)	503	481
Deutschland	(Mio. DM)	325	292
Ausland	(Mio. DM)	178	189

Umsatz pro Mitarbeiter (Durchschnitt)	(TDM)	453	464
Personalaufwand pro Mitarbeiter (ohne Altersversorgung/Durchschnitt)	(TDM)	76	78

### LAGEBERICHT

Gesamtwirtschaftliche Lage  
 Unterhaltungselektronik  
 Lage des Unternehmens  
 Marktposition  
 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage  
 Forschung und Entwicklung  
 Informationstechnologie  
 Personal  
 Risikomanagement  
 Ausblick

### DAS UNTERNEHMEN

Forschung und Vorentwicklung  
 Entwicklung  
 Materialwirtschaft  
 Produktion  
 Produktqualität  
 Internationale Aktivitäten  
 Deutschland  
 Umweltschutz

### DAS JAHR IM ÜBERBLICK

### DIE PRODUKTE

Premium  
 Sehen  
 Hören  
 Neue Geschäftsfelder  
 Hotelkommunikation  
 Car Audio  
 Automotive Systems  
 Bürokommunikation  
 Messtechnik

### KONZERNABSCHLUSS

Bilanz  
 Gewinn- und Verlustrechnung  
 Anlagevermögen  
 Kapitalflussrechnung  
 Anhang  
 Beteiligungen

# STANDORTE

## PRODUKTIONSSTANDORTE

### INLAND

Bayreuth  
Crossen  
Nürnberg

### AUSLAND

Braga (Portugal)  
Llantrisant (Großbritannien)  
Wien (Österreich)

## ENTWICKLUNGSZENTREN

### INLAND

Crossen  
Fürth (ab Mitte 2000 Nürnberg)

### AUSLAND

Albertslund (Dänemark)  
Borehamwood (Großbritannien)  
Llantrisant (Großbritannien)  
San Jose (USA/Silicon Valley)  
Wien (Österreich)

## VERTRIEBSSTANDORTE

### INLAND

Berlin  
Hamburg  
Köln  
Mannheim (bis Dezember 1999)  
Nürnberg

### AUSLAND

Hierzu wird auf die Vertriebsgesellschaften im Ausland verwiesen (siehe Seite 42 und 43).  
Diese Gesellschaften verfügen im jeweiligen Land über eigene Vertriebsnetze.

## IDEE – KREATIVITÄT – INNOVATION:

Diesen Weg eines jeden anspruchsvollen Designs gehen auch die Produkte aus dem Hause Grundig. Am Anfang steht dabei immer der Einfall, die Idee – aus der sich durch kreatives Teamwork schrittweise die neue Gestaltung eines Grundig Gerätes entwickelt. Diese Arbeit mündet schließlich in einen innovativen Stil, der in dem modernen, häufig auch aufregenden Design aktueller Grundig Produkte wie der Fine Arts-Serie, dem TV-Gerät Xentia oder dem Plasmafernseher Planatron seinen Ausdruck findet. Das bereits mehrfach ausgezeichnete Grundig Design-Team schafft es dabei, Trends aus Kultur und Kunst in gekonntes Industriedesign umzusetzen. Im vorliegenden Geschäftsbericht illustrieren Zeichnungen der Grundig Designer aus verschiedenen Projektstufen die Zahlen und Informationen über das Geschäftsjahr 1999.

Inhalt	Seite
Vorwort des Vorstands	2
Bericht des Aufsichtsrats	4
<b>LAGEBERICHT</b>	
Gesamtwirtschaftliche Lage	6
Unterhaltungselektronik	6
Lage des Unternehmens	6
Marktposition	7
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	7/8
Forschung und Entwicklung	8
Informationstechnologie	8
Personal	8
Risikomanagement	9
Ausblick	9
<b>DAS UNTERNEHMEN</b>	
Forschung und Vorentwicklung	10
Entwicklung	11
Materialwirtschaft	11
Produktion	12
Produktqualität	13
Internationale Aktivitäten	13
Deutschland	14
Umweltschutz	15
<b>DAS JAHR IM ÜBERBLICK</b>	16/17
<b>DIE PRODUKTE</b>	
Premium	18
Sehen	19
Hören	21
Neue Geschäftsfelder	22
Hotelkommunikation	23
Car Audio	23
Automotive Systems	24
Bürokommunikation	25
Messtechnik	26
<b>KONZERNABSCHLUSS</b>	
Bilanz	28
Gewinn- und Verlustrechnung	29
Anlagevermögen	30
Kapitalflussrechnung	32
Anhang	33
Beteiligungen	42

## VORWORT DES VORSTANDS

Nach dem unternehmerischen Neubeginn 1997 und 1998, war das Geschäftsjahr 1999 geprägt von besonderen Anstrengungen im Produktbereich und damit der weiteren Belegung der Kernbereiche des Unternehmens.

Zur Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin rückte Grundig mit einer zu fast 75 Prozent neuen Produktpalette in den Blickpunkt der Öffentlichkeit. Premium-Produkte wie die zweite Generation des Flachbildschirms Planatron und das neue Audio-/Video-System Fine Arts unterstreichen dabei den Anspruch der Marke, Spitzentechnologie in ausgezeichnetem Design zu präsentieren. Mit dem Internet-Dienst „events today – provided by Grundig“ definiert das Unternehmen zudem ein neues Geschäftsfeld und tritt erstmals als Service-Provider auf.

Dieser radikale Schnitt in der Modellpalette wurde nur möglich, weil die seit der Erlangung der Selbständigkeit 1997 eingeleiteten Maßnahmen zur Re- und Umstrukturierung des Unternehmens bereits gegriffen hatten und im Berichtszeitraum weiter vorangebracht werden konnten. Dazu zählt auch die Neupositionierung durch eine Marketing-Strategie, die die bereits in großen Teilen verwirklichte Vision einer Technologie-Marke mit ausgezeichnetem Design durch moderne Konzepte unterstützt.

Schon heute, und erst recht in der Zukunft, sichert diese Neuausrichtung die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Dass trotz der mit all diesen Anstrengungen verbundenen finanziellen und personellen Aufwendungen das Ergebnis mit 15,4 Mio. DM und der Umsatz mit 2,67 Mrd. DM auf Höhe des Vorjahres gehalten werden konnten, ist ein deutliches positives Zeichen. Ein weiterer Beleg für die in die Zukunft gerichtete Strategie des Unternehmens war die Tatsache, dass im vergangenen Jahr das Investitionsvolumen die Abschreibungen deutlich übertraf.

Kaum ein anderes Ereignis in der Chronologie des vergangenen Jahres macht den Aufbruch der Grundig AG deutlicher als die Vorbereitungen zum Umzug des Unternehmens von Fürth nach Nürnberg-Langwasser. Im Mittelpunkt steht dort das Ende Oktober fertiggestellte Atrium, welches im November 1999 mit dem Besuch von Bundespräsident Johannes Rau würdig eingeweiht wurde.

Sehr viel früher im Jahr, genauer bereits im Februar 1999, sicherte sich das Unternehmen mit der Gründung der Grundig Digital Systems im Silicon Valley/USA ein wichtiges Stück an der digitalen Zukunft. Grundig hat die Zeichen der Zeit erkannt und wird seine Tradition als eine in Forschung und Entwicklung führende Marke im Bereich der Unterhaltungselektronik aufrecht erhalten und ausbauen.

Ob die zu drei Viertel völlig neue Produktpalette oder der Umzug in die modernen Räume und Gebäude in Langwasser als Teil der weitgehend abgeschlossenen Restrukturierung, ob das neue Standbein in den USA, die Erschließung neuer Märkte oder die Verstärkung der Aktivitäten im Bereich der sogenannten neuen Medien: Eine Vielzahl großer und kleinerer Schritte haben Grundig im vergangenen Geschäftsjahr dem Ziel nähergebracht, technologisch anspruchsvolle Produkte in exzellentem Design und hervorragender Qualität auf einer gesunden ökonomischen Basis im Markt zu etablieren. Dabei soll die Marktführerschaft auf dem deutschen TV-Markt erhalten bleiben. Im Bereich der gesamten Unterhaltungselektronik will sich Grundig in Deutschland und Europa unter den Top 3 etablieren.

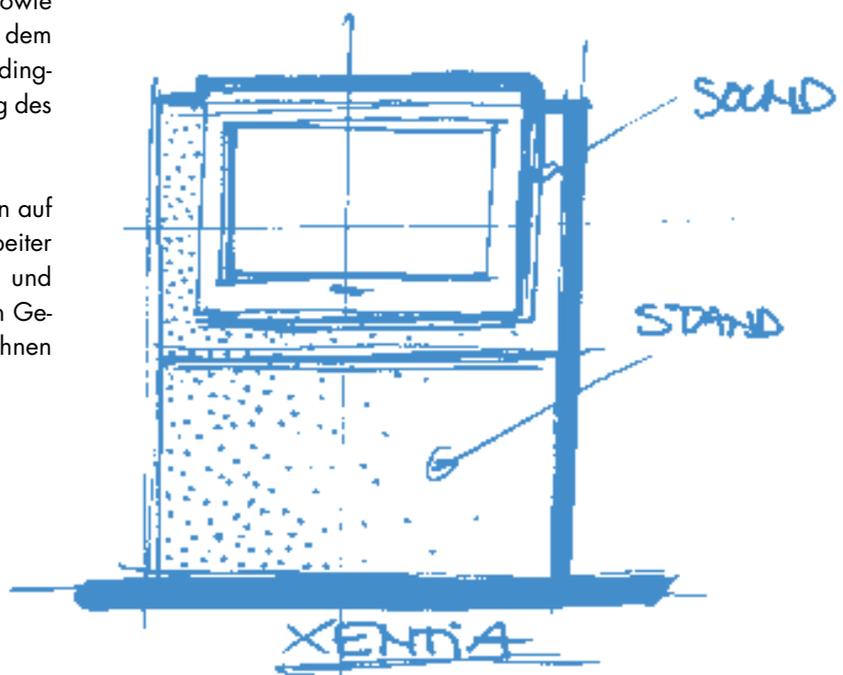
Die strategische Zielsetzung des Unternehmens schließt auch die Bereiche Internet und E-Commerce sowie die anwenderfreundliche Nutzung von Zusatzdiensten ein. Zukunftstechnologien wie DVD, digitale Satellitenempfangstechnik oder Speichermedien spielen dabei ebenfalls eine wichtige Rolle. Diese zukunftsorientierten Aktivitäten werden durch die Digitaltechnik leichter beherrschbar. Sie erhöhen zudem die Kompetenz des Unternehmens in Bild und Ton wie auch im stationären und mobilen Bereich.

Der Vorstand ist der festen Überzeugung, dass die Ergebnisse der Anstrengungen und strategischen Zielsetzungen schon im neuen Geschäftsjahr deutlich sichtbar werden. Grundig hat im abgelaufenen Geschäftsjahr auf dem Weg der Konsolidierung und Neuausrichtung wichtiges Terrain gewonnen. Mit den vereinten Anstrengungen von Belegschaft und Vorstand ist es nun vordringlich, die ersten Früchte der gemeinsamen Arbeit zu ernten und dem Unternehmen eine erfolgreiche Zukunft zu sichern. Dass dies nur in einer weiteren erfolgreichen Zusammenarbeit mit unseren Partnern im Handel sowie unseren Kapitalgebern geschehen kann, ist dem Vorstand Verpflichtung und zugleich unabdingbare Voraussetzung für den künftigen Erfolg des Unternehmens.

Vor allem zählen wir jedoch auch weiterhin auf die qualifizierten und motivierten Mitarbeiter des Unternehmens, ohne deren Einsatz und Unterstützung die Erfolge im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht möglich gewesen wären. Ihnen gilt unser ausdrücklicher Dank.

Nürnberg, im Mai 2000

Der Vorstand



## BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat hat sich während des Geschäftsjahres 1999 mit der Entwicklung des Konzerns eingehend beschäftigt. Er ließ sich in drei Sitzungen und mittels regelmäßiger schriftlicher Berichte durch den Vorstand über die Geschäftslage und wesentliche Vorgänge unterrichten. Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsratsvorsitzende eng mit dem Vorstand beraten und alle wichtigen Vorhaben eingehend mit ihm behandelt.

Die Ausrichtung des Konzerns auf neue Produkte und Märkte sowie die weitere Verbesserung der Kostenstruktur und Ablauforganisation bildeten den Schwerpunkt der Beratungen. Ein Schwerpunkt war die IFA 1999, die Internationale Funkausstellung in Berlin, auf der sich Grundig mit einem neuen Design und Programm präsentierte.

Die Geschäfts- und Finanzlage des Konzerns sowie der wesentlichen Konzerngesellschaften waren Gegenstand eingehender Erörterungen. Die vom Vorstand ergriffenen Maßnahmen zur Behebung noch vorhandener Schwachstellen wurden gebilligt. In seiner Dezember-Sitzung befasste sich der Aufsichtsrat ausführlich mit dem Budget und dem Investitionsplan des Geschäftsjahres 2000.

Den vorlagepflichtigen Geschäften und Vorgängen hat der Aufsichtsrat nach umfassender Beratung zugestimmt.

Die Bayerische Treuhandgesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Nürnberg, hat unter Einbeziehung der Buchführung den Jahresabschluss und den Konzernabschluss der Grundig AG zum 31. Dezember 1999, den Lagebericht und Konzernlagebericht geprüft und den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der Grundig AG, der Konzernabschluss und die Lageberichte haben allen Aufsichtsratsmitgliedern vorgelegen und wurden von diesen geprüft. Den Aufsichtsratsmitgliedern wurden die Berichte über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses zur Verfügung gestellt. Die Unterlagen sind in der Sitzung des Aufsichtsrats vom 5. Mai 2000 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,
- 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 Berichtes über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen.

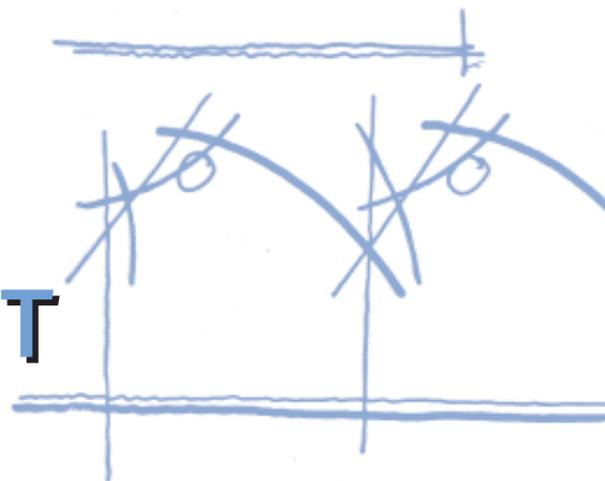
Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand der Grundig AG und den Geschäftsführern der Tochtergesellschaften sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die im Berichtsjahr geleistete Arbeit.

Nürnberg, im Mai 2000

Für den Aufsichtsrat

Burkhard Wollschläger  
Vorsitzender

# LAGE BERICHT



**Trotz starken Preiswettbewerbs hat Grundig im Geschäftsjahr 1999 den Umsatz geringfügig auf 2,673 Mrd. DM steigern können. Der Gewinn lag mit 15,4 Mio. DM auf Vorjahresniveau. Das Unternehmen hat erhebliche Vorleistungen in den Bereichen Fertigung, Vertrieb und Entwicklung erbracht, die sich in den Folgejahren positiv auf Umsatz und Ergebnis auswirken werden. Vor allem die zu annähernd 75 Prozent neu gestaltete Produktpalette bildet dazu eine wichtige Voraussetzung.**

## GESAMTWIRTSCHAFTLICHE LAGE

Der konjunkturelle Aufschwung der westeuropäischen Wirtschaft hat sich 1999 weiter fortgesetzt, wenn auch im Vergleich zu 1998 leicht abgeschwächt. Mit einem Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts im Euro-Währungsgebiet um zwei Prozent verlief die wirtschaftliche Entwicklung durchaus positiv. Dabei wurde das Wachstum vor allem durch einen Anstieg der Exporte und des privaten Verbrauchs getragen.

Im europäischen Vergleich lag Deutschland jedoch mit einem Zuwachs um lediglich 1,4 Prozent hinter den meisten anderen Ländern zurück. Der private Verbrauch stieg um zwei Prozent und damit in der gleichen Größenordnung wie 1998.

## UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

Auch ein Jahr nach dem durch die Fußballweltmeisterschaft 1998 initiierten Rekordabsatz war der Markt für Unterhaltungselektronik in Westeuropa von einer positiven Entwicklung gekennzeichnet. Insgesamt erhöhte sich das Umsatzvolumen um rund vier Prozent. Dabei konnten in allen westeuropäischen Ländern – mit Ausnahme von Österreich und Dänemark – positive Zuwachsraten erreicht werden. In Spanien und Schweden lagen diese sogar in zweistelliger

Höhe. Grund war unter anderem die verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach zukunftsweisenden Produkten. So erzielten vor allem Farbfernseh-Geräte mit 100 Hertz-Technik oder im 16:9-Format, digitale Camcorder und DVD-Spieler überdurchschnittliche Absatzraten.

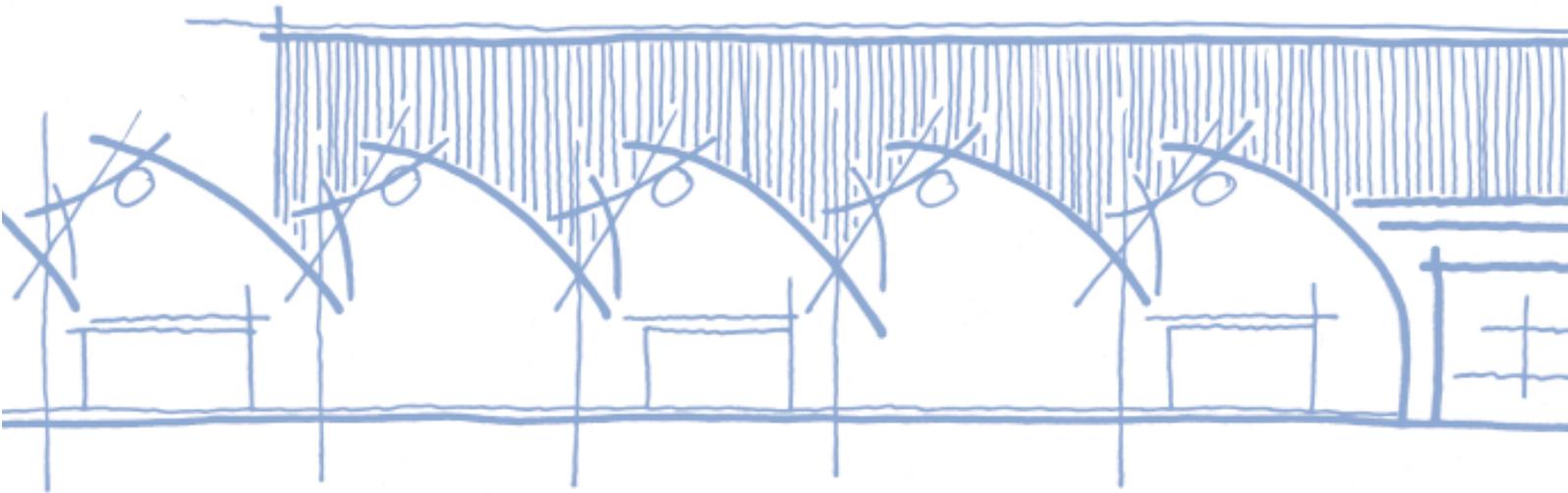
Die Preiserosion, unter der die Branche schon seit Jahren leidet, hielt auch 1999 auf Grund des harten Wettbewerbs an. Lediglich bei digitalen Camcordern verliefen Absatz und Umsatz auf gleichem Niveau.

## LAGE DES UNTERNEHMENS

Nachdem Grundig 1997 die Selbständigkeit wiedergewonnen hatte, waren die folgenden zwei Jahre durch umfangreiche Umstrukturierungen gekennzeichnet. Diese Maßnahmen und verstärkte Entwicklungsaufwendungen sollen dazu beitragen, das Unternehmen unter den führenden europäischen Anbietern zu etablieren.

Auf der Basis eines neuen Marketingkonzeptes wurden fast 75 Prozent der Produktpalette neu gestaltet. Ziel war es, zukunftsweisendes Design mit moderner Technologie zu kombinieren. Im Rahmen der Internationalen Funkausstellung in Berlin, der IFA 1999, stellte das Unternehmen diese Produkte den Fachhändlern und einer breiten Öffentlichkeit vor. Die Resonanz war ausgesprochen positiv.

In die Vorbereitungen wurden erhebliche personelle und finanzielle Ressourcen investiert. Diese hohen Vorleistungen haben die Ergebnisrechnung sowie den Cash-Flow belastet. Bei geringfügig gestiegenem Umsatz konnte das Vorjahresergebnis dennoch gehalten werden.



## MARKTPosition

Auf dem hart umkämpften Markt für Unterhaltungselektronik in Westeuropa musste Grundig 1999 insgesamt leichte Marktanteilsverluste hinnehmen. Trotzdem konnte das Unternehmen in einzelnen Segmenten seine Position ausbauen. So festigte Grundig im abgelaufenen Geschäftsjahr in Deutschland seine Marktführerschaft bei Farbfernsehgeräten. In den Bereichen Audio und Car Audio wurde das Vorjahresniveau erreicht.

## UMSATZENTWICKLUNG

Mit einem Umsatz von 2,673 Mrd. DM wurde der Vorjahreswert, trotz einer weiterhin deutlichen Preiserosion, um sieben Mio. DM leicht überschritten. Die Umsatzentwicklung in den einzelnen Marktsegmenten verlief allerdings unterschiedlich.

In Deutschland hielten sich die Verbraucher in den ersten Monaten mit Kaufentscheidungen zurück. Nach der IFA kam es dann, wie erwartet, zu kräftigen Kaufimpulsen. Von dieser Entwicklung konnte Grundig überdurchschnittlich profitieren, in verschiedenen Segmenten den Marktanteil steigern und die Marktführerschaft bei Fernsehgeräten festigen.

Außerhalb Deutschlands folgte der Umsatz insgesamt dem Markttrend. In Frankreich und Italien blieben die Verkäufe allerdings hinter den Erwartungen zurück. Vor allem in Spanien und Großbritannien konnte Grundig den Umsatz deutlich steigern. Auf dem in der Nutzung digitaler Satellitenempfangstechnik führenden britischen Markt hat sich Grundig als einer der wichtigsten Anbieter etabliert.

## ERGEBNIS

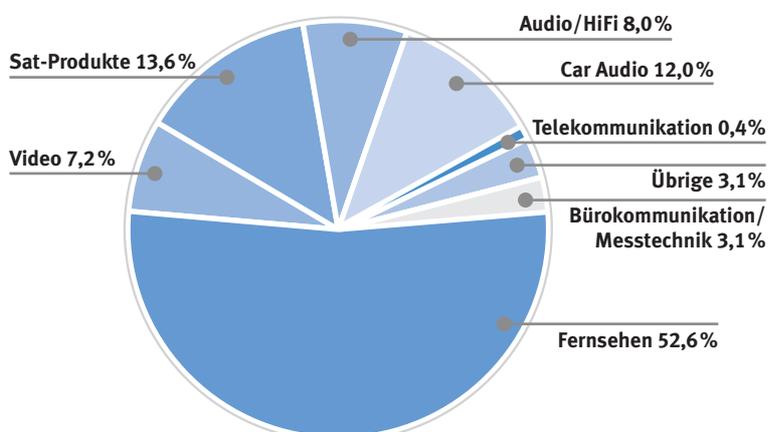
Nach den hohen Verlusten der Jahre 1991 bis 1997 und dem erstmaligen Erreichen der Gewinnzone in 1998 konnte das Unternehmen das Geschäftsjahr 1999 mit einem Gewinn von 15,4 Mio. DM abschließen. Damit bewegt sich das Ergebnis auf Vorjahresniveau. Überproportional hoch waren 1999 die Kosten für Entwicklung und Produktion der neuen Produktpalette. Bedingt durch die Preiserosion lag das Bruttoergebnis sowohl absolut als auch relativ zum Umsatz niedriger als 1998. Dennoch konnte das Nettoergebnis durch Einsparungen in Vertrieb und Verwaltung sowie durch sonstige betriebliche Erträge auf dem Niveau des Vorjahres gehalten werden.

## EIGENKAPITALENTWICKLUNG

Das Eigenkapital stieg durch den Jahresüberschuss sowie durch Währungseffekte auf 350 Mio. DM. Damit entspricht es einem Anteil von 22 Prozent, ein leichter Anstieg im Vergleich zu 1998.

Architekturzeichnung  
des neuen Grundig  
Entwicklungs- und  
Technologiezentrums

Umsatzanteile der Produktbereiche in 1999



## INVESTITIONEN

Mit Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände in Höhe von 119 Mio. DM lagen diese Ausgaben deutlich über den Abschreibungen von 77 Mio. DM – eine Konsequenz aus der kostenintensiven Revitalisierungsphase und Neugestaltung der Produktpalette. 38 Mio. DM der Investitionssumme entfielen auf Produktionsmittel und 53 Mio. DM auf Produktionsanlagen und Geschäftsausstattung. Zudem wurden 28 Mio. DM für Gebäude und Infrastruktur aufgewendet.

## NETTO-LIQUIDITÄT

Von der hohen Liquiditätsreserve zum Jahresbeginn wurden im Geschäftsjahr 1999 insgesamt 146 Mio. DM vor allem zur Finanzierung der stark gestiegenen Investitionen sowie der Ausweitung des Satellitengeschäftes in Großbritannien verwendet. Auch nach diesen liquiditätsmindernden Investitionen verfügt Grundig zum 31. Dezember 1999 über 182 Mio. DM liquide Mittel zur Finanzierung des künftigen Geschäftswachstums. Die dem Unternehmen zur Verfügung stehenden Kreditlinien wurden nur zu einem geringen Teil in Anspruch genommen.

### LIQUIDITÄT IN MIO. DM

	1998	1999
Liquide Mittel	295	182
Bankschulden	41	74
Netto-Liquidität	254	108

### PERSONALSTAND 31. DEZEMBER 1999

	Inland	Ausland	Gesamt
Angestellte	1.837	1.585	3.422
Gewerbliche	1.077	1.345	2.422
Gesamt	2.914	2.930	5.844

## FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Für Forschung und Entwicklung wurden circa vier Prozent des Umsatzes aufgewendet, wobei ein Schwerpunkt auf der Digitaltechnik lag. Bei einigen anderen Entwicklungsprojekten, an denen Grundig auf nationaler und internationaler Ebene beteiligt ist, steht die digitale Vernetzung und die Mensch-Technik-Interaktion im Mittelpunkt der Forschungsarbeiten.

## INFORMATIONSTECHNOLOGIE

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die Einführung von SAP R/3 im gesamten Unternehmen abgeschlossen und damit die Grundlage für eine einheitliche Systemunterstützung geschaffen. Problemlos und ohne Auswirkungen auf die Geschäftsprozesse wurde der Jahrtausendwechsel vollzogen.

Gestartet wurde 1999 auch ein Projekt (Customer Relationship Management), das die Nutzung von Instrumenten der Informationstechnologie zur Implementierung eines effektiven Verkaufssystems ermöglicht. Dieses System wird im Jahr 2000 in Deutschland und später im gesamten internationalen Vertrieb eingeführt. Darüber hinaus wurden 1999 fortschrittliche Lösungen für den weltweiten Vertrieb von Ersatzteilen und Service-Unterlagen via Internet eingeführt. Grundig setzt damit seinen Weg als innovativer Partner des Fachhandels fort.

## PERSONAL

Nach dem Personalabbau in den vergangenen Jahren wurde die Zahl der Mitarbeiter 1999 leicht erhöht. So stieg der Personalbestand im Inland um 17 und im Ausland um 134 Beschäftigte. Zum Jahresende waren 5.844 Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt, davon 2.914 in Deutschland und 2.930 im Ausland.

Im ersten Quartal des abgelaufenen Geschäftsjahres wurde mit der IG Metall ein Haustarifvertrag abgeschlossen. Dieser umfasst auch den finanziellen Beitrag der Mitarbeiter an der Unternehmenssanierung, der unter anderem durch unentgeltliche Mehrarbeit erbracht wird.

Im Vergleich zum Vorjahr wurde die Anzahl der Ausbildungsplätze 1999 nochmals erhöht. 141 Personen standen bei der Grundig AG in einem Ausbildungsverhältnis. Weitere 13 externe Jugendliche wurden im vergangenen Jahr in Kooperation mit dem beruflichen Fortbildungszentrum der bayerischen Wirtschaft (BFZ) in den verschiedensten Metallberufen ausgebildet.

Für die Bereiche Konstruktion und Produktion wurden Spezialseminare sowie Fachmoderationen zum Thema präventive Qualitätssicherung durchgeführt.

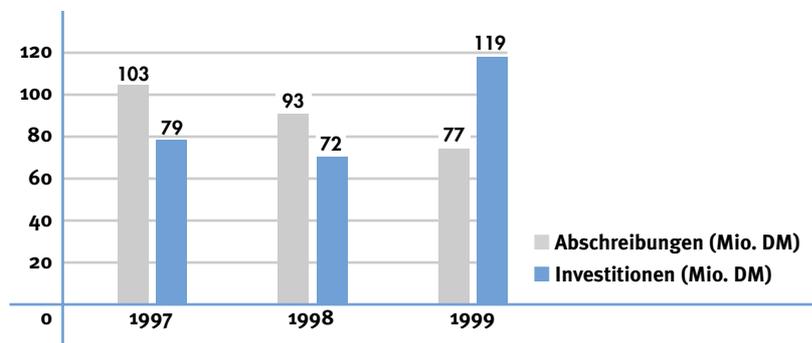
Mehr als 2.000 Mitarbeiter nutzten im vergangenen Jahr die Angebote für EDV-Trainings, Fach- und Führungsseminare.

## RISIKOMANAGEMENT

Grundig verfügt über ein umfassendes Controlling und Berichtswesen zur Unternehmenssteuerung und -überwachung. Hierzu gehört auch die konzernweite regelmäßige Überprüfung der Effizienz und Zuverlässigkeit der Kontrollinstrumente durch die Innenrevision.

Um auch den durch das Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) gestellten Anforderungen noch besser gerecht zu werden, wird das vorhandene Instrumentarium weiterentwickelt. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat ein Projektteam alle erkennbaren, relevanten Risikopotentiale systematisch erfasst und hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Zukunftssicherung des Unternehmens bewertet. Auf Basis der dabei gewonnenen Erkenntnisse wird im Laufe des Geschäftsjahres 2000 ein ganzheitliches Risikoüberwachungs- und Managementsystem implementiert mit dem Ziel, mögliche bestandsgefährdende oder entwicklungsbeeinträchtigende Risiken noch frühzeitiger erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten zu können.

Die erkannten Risiken der zukünftigen Entwicklung wurden bei den Planungen berücksichtigt; wo erforderlich wurden entsprechende Gegenmaßnahmen eingeleitet.



## AUSBLICK

Für das Jahr 2000 rechnet die Branche der Unterhaltungselektronik mit einem leichten Aufschwung. Europaweit wird ein Umsatzplus von fünf bis sechs Prozent prognostiziert. So sollen in Deutschland die Ausgaben pro Haushalt für Consumer Electronics bis Ende 2000 von 1.030 auf 1.087 DM ansteigen.

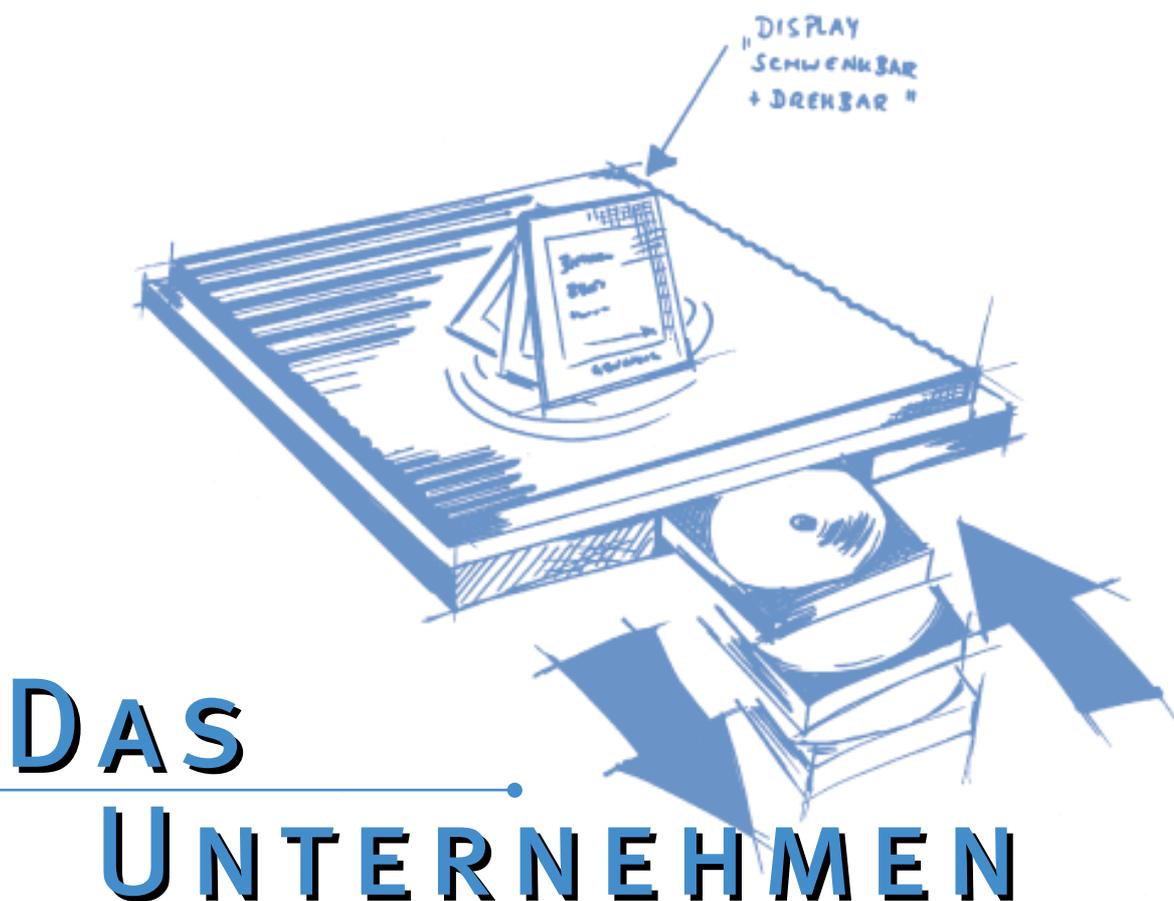
Die 1998 und 1999 entwickelten Produkte werden den Geschäftsverlauf im Jahr 2000 wesentlich prägen. Eine verstärkte Nachfrage im TV- und Video-Bereich ist von der in diesem Jahr stattfindenden Fußball-Europameisterschaft sowie durch die Olympischen Spiele und die dadurch ausgelösten Kaufimpulse zu erwarten. Diese Einflussgrößen dürften sich positiv auf Umsatz und Ergebnis auswirken.

Neben der Neugestaltung der Produktpalette hat Grundig 1999 begonnen, neue Märkte zu erschließen. So wird das Unternehmen 2000 die Internationalisierung weiter forcieren und unter anderem verstärkt in Australien, Ost- und Zentraleuropa sowie Lateinamerika agieren.

Zusätzlich hat Grundig mit dem Aufbau neuer Aktivitäten begonnen. Hier ist das Internet mit seinen vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten zu nennen. Ab Mitte des Jahres soll der Informations- und Unterhaltungskanal „events today – provided by Grundig“ ins Netz gehen.

Ziel des Unternehmens ist es, seine Spitzenposition im TV-Bereich auf dem deutschen Markt auszubauen und in Europa mittelfristig zu einem der drei führenden Anbieter im Bereich Unterhaltungselektronik zu werden.

Obwohl sich der Wettbewerb innerhalb der Branche weiterhin verschärfen wird, sieht sich das Unternehmen gut gerüstet, den eingeschlagenen Kurs erfolgreich weiterzuführen und die angestrebten Ziele zu verwirklichen.



# DAS UNTERNEHMEN

**Ob in der Produktion oder Beschaffung, ob bei Forschung und Entwicklung oder im Umweltschutz, überall werden bei Grundig neue, kreative Wege beschritten, um im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Das Ergebnis dieser Anstrengungen spiegelt sich im Erfolg der Marke und ihrer positiven öffentlichen Wahrnehmung wider.**

## FORSCHUNG UND VORENTWICKLUNG

Ideen und neue Konzepte sind der Motor eines innovativen Unternehmens. Keimzelle dafür ist die Abteilung Forschung und Vorentwicklung. Das abgelaufene Geschäftsjahr stand im Zeichen von drei Schwerpunkten: TV und Internet, Mensch-Technik-Interaktion und digitale Vernetzung.

Auf der Internationalen Funkausstellung präsentierte Grundig das erste Vorseriengerät der neuen Internet-Box WB 2. Diese zweite Generation verbindet digitales wie analoges Fernsehen mit dem Internet und schafft so Konvergenz zwischen den unterschiedlichen Technologien.

Noch einen Schritt weiter gehen die Arbeiten auf dem Gebiet der Mensch-Technik-Interaktion im privaten Technikumfeld. So startete Grundig in der zweiten Jahreshälfte 1999 mit dem Forschungsprojekt EMBASSI (Elektronische Multi-

mediale Bedien- und Service-Assistenz). Daran beteiligt sind insgesamt 19 Partner aus Industrie und Wissenschaft. Im Mittelpunkt steht die Beherrschung komplexer elektronischer Geräte mittels Sprache oder Gesten. Damit soll sich die Technik speziell auf den Nutzer einstellen.

Besonders intensiv arbeitet das Unternehmen daran, die Bedien- und Benutzerfreundlichkeit seiner Produkte zu optimieren. In einem speziellen Labor – Usability Lab – wird mit Hilfe von Probanden die Funktionalität der Geräte getestet. Die Ergebnisse fließen dann direkt in die Entwicklung und Konzeption neuer Produkte ein.

Um das perfekte Zusammenspiel aller Komponenten im Home Entertainment – unabhängig vom Geräte-Hersteller – zu gewährleisten, haben sich 22 namhafte Unternehmen zum HAVi-Projekt zusammengeschlossen. HAVi oder Home Audio/Video Interoperability befasst sich mit der Entwicklung einheitlicher Schnittstellen von TV, Audio und Video. Über eine Vernetzung im Haus kommunizieren die Geräte bei Inbetriebnahme miteinander und lassen sich über ein einziges Bedienelement ansteuern. Damit der Kunde schon beim Kauf sieht, welche Geräte zusammenpassen, sind die Produkte aus dem HAVi-Projekt speziell gekennzeichnet. Ergänzend dazu arbeitet Grundig im Rahmen von COM-MEND (Consumer Multimedia Networks in Digital) mit drei Partnern an der Weiterentwicklung

der Geräte-Kommunikation. Zudem engagiert sich Grundig in den Projekten RegioSignCard, Energiesparelektronik und KoMEt (Konfigurierbare Multimedia Endgerätetechnologie).

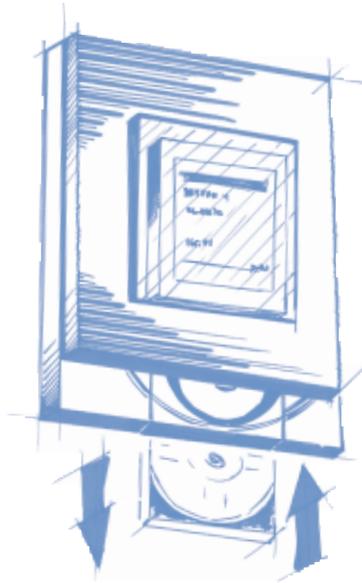
## ENTWICKLUNG

Um das Unternehmen in eine erfolgreiche digitale Zukunft zu führen, hat Grundig die Entwicklungsarbeiten auf diesem Gebiet deutlich intensiviert. So wurde in San Jose/Kalifornien Grundig Digital Systems gegründet. Das Tochterunternehmen beschäftigt rund 20 hochqualifizierte Ingenieure und Wissenschaftler, die auf Digital-Technik spezialisiert sind. Die gesamte Entwicklungsarbeit ist international angelegt und hat unter anderem zum Ziel, analoges und digitales Fernsehen sowie das Internet nahtlos in einem Endgerät zu verknüpfen. Ein Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist die aus Deutschland stammende jüngste Generation der „Network Interface Module“ (NIM) für digitalen Satelliten-, Kabel- und terrestrischen Empfang. Sie kommt in den in den USA und Großbritannien entwickelten Settop-Boxen zum Einsatz.

Speziell für die neuen designorientierten TV-Geräte hat Grundig im abgelaufenen Geschäftsjahr ein neues 100 Hz-Chassis entwickelt – das Digi Basic 3. Damit werden in Bild- und Tonqualität sowie im Bedienkomfort neue Maßstäbe gesetzt. Ein weiteres Highlight 1999 war die zweite Generation des Plasmafernsehers. Dieser ist einschließlich der integrierten Empfangselektronik nur noch 14 Zentimeter tief.

Auf der IFA präsentierte Grundig zudem die ersten Anwendungen auf Basis der sogenannten Multimedia Home Platform (MHP). Diese wird zukünftig als Standardplattform für alle digitalen Fernseh-, Multimedia- und Internetanwendungen dienen.

Grundig baut darüber hinaus die HiFi-Entwicklung weiter aus. Der drahtlosen Tonübertragung in Verbindung mit weiteren fortschrittlichen Anwenderlösungen gilt dabei die besondere Aufmerksamkeit.



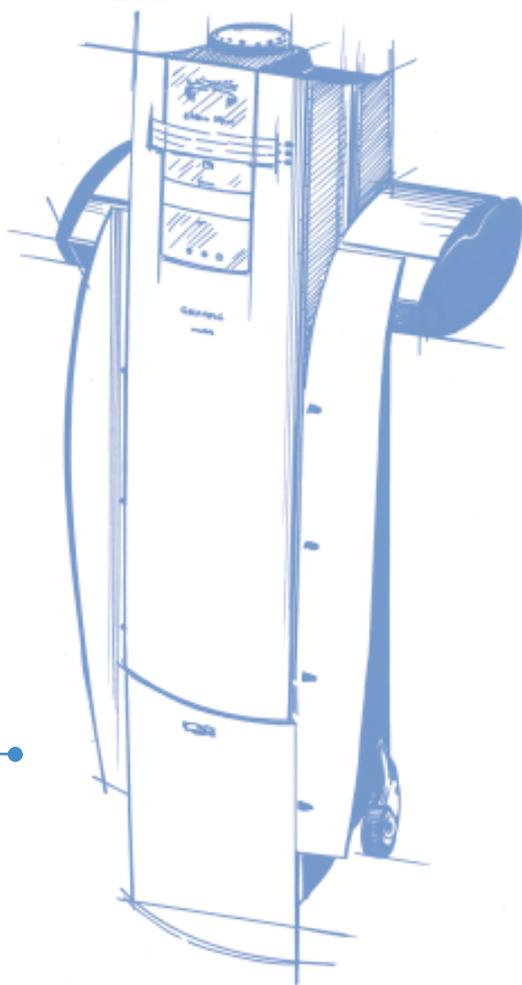
Eine wichtige Rolle wird zukünftig auch der Einsatz von digitalen Speichermedien spielen, die zunehmend in das Grundig Produktprogramm Einzug halten werden.

## MATERIALWIRTSCHAFT

Seit den Umstrukturierungsmaßnahmen sind der Einkauf, die Logistik und die zentrale Planung sowie die Warensteuerung der Materialwirtschaft zugeordnet.

Um den Qualitätsstandard der Produkte weiter zu verbessern, arbeitet die Qualitätssicherung eng mit dem Einkauf zusammen. Zudem wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr die Lieferanten in das Qualitätsmanagement einbezogen und einheitliche Teilespezifikationen erstellt. Zu diesem Zweck bildet Grundig Teams, die für den gesamten Einkaufsprozess der jeweiligen Teilegruppe auf internationaler Ebene zuständig sind.

Zusätzlich werden die Zulieferer immer stärker in die Planungs- und Entwicklungsarbeit einbezogen. Grund: Der Anteil an System- und Modul-Lieferanten nimmt ständig zu. Betrug der Anteil dieser Lieferantengruppe 1998 noch zehn Prozent, so ist er im abgelaufenen Geschäftsjahr auf rund 32 Prozent angewachsen. Die Verantwortung für wesentliche Teile der Konstruktion, Qualität und Anlieferung liegt auf der Seite des Zulieferers. Mit diesen Systemlieferanten arbeitet Grundig schon während der Produktentwicklung zusammen. In rund 150 Workshops wurden die Qualitätsziele mit den Zulieferern besprochen und umgesetzt.



Trotz steigender Rohstoffpreise und Preisschläge in der Elektroindustrie konnte Grundig 1999 die Kosten im Einkauf deutlich senken. Gleichzeitig stieg das Qualitätsniveau weiter an. Insgesamt betrug das Einkaufsvolumen 1999 rund 1,7 Mrd. DM. Durch ein neues Verfahrenssystem ist es Grundig gelungen, mehr Transparenz in die nationalen und internationalen Beschaffungsmärkte zu bringen und somit weiteres Einsparungspotential für die nächsten Jahre zu eröffnen.

#### INVESTITIONEN IN DIE PRODUKTIONSSTÄTTEN IN MIO. DM

	1997	1998	1999
Nürnberg	12	14	22
Bayreuth	2	2	3
Wien	13	14	21
Braga	6	3	12
Llantrisant	2	8	15
<b>Summe</b>	<b>35</b>	<b>41</b>	<b>73</b>

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das Unternehmen die Weichen für die Logistik 2000 gestellt. Diese Strategie sieht vor, die derzeit 18 nationalen und internationalen Lager auf vier zu reduzieren. Eine hohe Flexibilität bei der Belieferung der Kunden sowie Zeit- und Kostenreduzierungen sind die Folge. Das Projekt wird bis Ende 2000 abgeschlossen.

## PRODUKTION

Um als produzierendes Unternehmen im Wettbewerb bestehen zu können, hat Grundig 1999 zwei Schwerpunkte in den Mittelpunkt der Strukturmaßnahmen gestellt: die Erhöhung der Produktivität und die Auslastung der verschiedenen Werke.

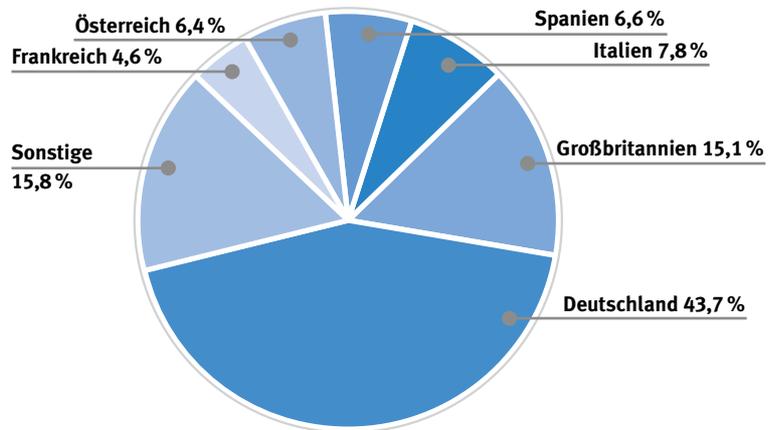
Dabei setzt das Unternehmen auf das Multi-standortkonzept. Die Vorteile sind zum einen eine deutlich flexiblere Kapazitätsausnutzung, die es dem Unternehmen ermöglicht, schnell und effektiv auf Veränderungen im Markt zu reagieren. Zum anderen stehen bei diesem Konzept die verschiedenen Werke im Wettbewerb zueinander. Dies erhöht die unternehmerische Initiative jeder einzelnen Produktionsstätte, denn sie kann sich so zusätzliche Aufträge sichern.

Die wesentlichen Leitsätze der Grundig Produktions-Strategie sind: Kapazitätsauslastung, Rationalisierung, Modernisierung und Qualitätssicherung.

Grundig hat 1999 mehr als 73 Mio. DM in die Standorte Nürnberg, Bayreuth, Wien, Braga und Llantrisant investiert. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahr einem Investitionsplus von 78 Prozent. Insgesamt konnte das Produktionsvolumen um über 15 Prozent gesteigert werden.

Zudem hat Grundig das Auslaufen von Lieferverträgen dazu genutzt, die Wertschöpfung und Gesamtauslastung an einigen Standorten zu erhöhen. Mit dem Aufbau der HiFi-Fertigung in Bayreuth und dem Ausbau der Tuner-Fertigung

Anteil am Gesamtumsatz nach Ländern in 1999



in Nürnberg unternahm Grundig entscheidende Schritte zur Zukunftssicherung beider Standorte. In Wien wurde eine automatische Verpackungslinie installiert, um dem zunehmenden Kostendruck in diesem Bereich entgegen zu wirken. Im Geschäftsjahr 2000 wird im Werk Llantrisant/Wales die Produktion der Settop-Boxen erweitert.

Damit das Unternehmen künftig Produkte schneller entwickeln und produzieren kann, werden alle kreativen Aktivitäten vom Marketing bis hin zur Produktionstechnik ab Mitte 2000 im neu gegründeten Entwicklungs- und Technologiezentrum in Nürnberg-Langwasser gebündelt. Diese Strukturmaßnahme wird zu einer weiteren Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit führen.

## PRODUKTQUALITÄT

Beim Kauf eines elektronischen Artikels spielt die Qualität eine entscheidende Rolle. Das hervorragende Image der Marke Grundig ist nicht zuletzt auf den hohen Anspruch des Unternehmens in dem Bereich zurückzuführen. Zur Wahrung dieses Wettbewerbsvorteils wurde die Qualitätssicherung daher auch 1999 weiter ausgebaut. Mit Erfolg, denn die Garantievorgänge und die damit verbundenen Kosten konnten um 20 Prozent (rund zwölf Mio. DM) gesenkt werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde der zentrale Defektwareneingang neu installiert. Zur optimalen Kundenbetreuung wird dort der Zustand der Ware genauestens kontrolliert. Fast eine Mio. DM hat Grundig in das neue Zentrum investiert. Täglich werden die eingehenden Teile analysiert, kontrolliert und noch am selben Tag abschließend bearbeitet. Das erhöht nicht nur die Qualität, sondern verkürzt die Reparaturzeiten und verringert die Lagerbestände.

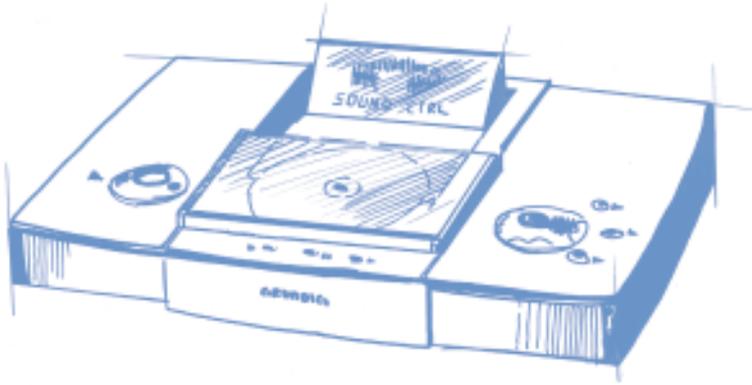
## INTERNATIONALE AKTIVITÄTEN

Grundig ist ein international tätiges Unternehmen und daher auch auf den Weltmarkt ausgerichtet. Es forscht, entwickelt, beschafft und produziert auch außerhalb Deutschlands mit Verkaufsaktivitäten in 60 Ländern. Vor allem in Europa ist das Vertriebssystem lückenlos. Die globale Ausrichtung ist jedoch keinesfalls als Einbahnstraße anzusehen: Ein stetiger Rücklauf an Informationen aus den Märkten ist für Grundig von großer Bedeutung und fließt in die Planungen sämtlicher Unternehmensbereiche ein.

Von den etwa 5.850 Grundig Mitarbeitern ist rund die Hälfte im Ausland beschäftigt. Der dort erzielte Anteil am Gesamtumsatz betrug 1999 59,3 Prozent oder 1,586 Mrd. DM.

Die Vertriebsorganisation ist bei Grundig in drei Bereiche eingeteilt: Vertrieb International, Vertrieb Neue Märkte und Vertrieb Deutschland.

Im europäischen Ausland konnte Grundig seinen Umsatz trotz schwieriger Rahmenbedingungen im Vergleich zu 1998 um über sieben Prozent steigern. Deutlich zu Buche schlug dabei der Absatz von digitalen Settop-Boxen in Großbritannien. Zur weiteren Festigung der Position wurde dort Ende 1999 eine neue Fernsehgeneration mit integriertem digitalen Empfänger eingeführt. Durch die zunehmende Digitalisierung der Unterhaltungselektronik in Europa erwartet Grundig zusätzliche wichtige Impulse.



Ein überdurchschnittliches Wachstum wurde in Spanien, Schweden und Ungarn erzielt. Die Gründe für die positive Entwicklung in Europa liegen unter anderem im Image der Marke Grundig, der hohen Akzeptanz bei den Handelspartnern und der neuen Produktpalette. Die globale Marketing-Strategie sichert dabei Synergie-Effekte innerhalb des gesamten Vertriebsnetzes.

1999 wurden weitere Maßnahmen zur Kostensenkung sowie zur Schaffung einer schlanken und funktionalen Organisationsform ergriffen. Neue Projekte zur Verbesserung der Effektivität werden im Jahr 2000 realisiert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Grundig in Moskau eine Repräsentanz gegründet. Bereits im ersten Jahr wurden mit einem Umsatzplus von 30 Prozent gegenüber den Aktivitäten des Vorjahres die gesteckten Ziele weit übertroffen. Der russische Markt bietet vor allem Perspektiven für hochwertige Geräte der Unterhaltungselektronik.

Bereits Ende 1999 gegründet, nahm die australische Vertriebsgesellschaft Grundig Australia Pty. Ltd. Anfang 2000 ihre Arbeit auf. Diese hat die Aktivitäten des bisherigen Grundig Vertreters übernommen und legt den Schwerpunkt in den Aufbau eines effektiven Vertriebssystems, vor allem für hochwertige TV- und HiFi-Geräte. Auf Grund seiner umfangreichen und innovativen Produktpalette rechnet das Unternehmen mit guten Marktchancen auf dem fünften Kontinent.

Der Umsatz auf den bereits etablierten neuen Märkten wie Griechenland, Iran oder Dubai erfüllte im abgelaufenen Geschäftsjahr die Erwartungen. So konnte das Unternehmen in

Griechenland trotz starken Wettbewerbs seinen Marktanteil halten. In Dubai verbesserte sich das operative Geschäft vor allem durch zusätzliche Hotelprojekte. Zudem bedient Grundig von dort aus die zukünftigen Wachstumsmärkte in Afrika und im Mittleren Osten.

Allgemein günstige Auswirkungen auf das Exportgeschäft hatten die starke US-amerikanische Währung sowie der wirtschaftliche Aufwärtstrend in Asien und Russland.

## MARKTFÜHRER BEI TV IN DEUTSCHLAND

In Deutschland konnte Grundig 1999 die führende Position bei Farbfernsehgeräten erobern und einen Marktanteil von 17,5 Prozent erzielen (Vorjahr: 15,6 Prozent). Eine wichtige Basis für diesen Erfolg im umsatzstärksten Segment der Unterhaltungselektronik war dabei das mit rund 10.000 Handelspartnern flächendeckende Vertriebssystem. Auf die Bedürfnisse der Kunden und die Anforderungen des Fachhandels sowie der meist international operierenden Einkaufsorganisationen hat sich das Unternehmen darüber hinaus optimal eingestellt. Der stabile Markterfolg beim mittelständischen Fachhandel ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass dieser durch Selektivprogramme wie City Line oder Super Elite auf spezielle Gerätelinien zurückgreifen kann.

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die Qualität der Dienstleistungen weiter erhöht werden. Der Vertrieb Deutschland unterhält an fünf Standorten – Berlin, Hamburg, Köln, Mannheim und Nürnberg – eigene Kunden-Dienstleistungszentren, an denen die Handelspartner ein kompetentes Serviceangebot erhalten.

Darüber hinaus fungieren die Kundendienste als Hotline für die Techniker des Fachhandels. Jährlich werden etwa 200.000 Beratungsgespräche geführt. Kundenzufriedenheit und partnerschaftliche Vertriebspolitik genießen auch im Jahr 2000 bei Grundig höchste Priorität.

## UMWELTSCHUTZ

Seit mehr als 20 Jahren engagiert sich Grundig im vorbeugenden und vor allem im ganzheitlichen Umweltschutz. Dabei gilt es, sowohl die Belastung bei der Produktion zu mindern und die Ressourcen zu schonen, als auch die Umweltverträglichkeit der Produkte selbst zu verbessern. Dieses Engagement wird häufig gewürdigt. So erhielt der Bereich Umweltschutz bei Grundig 1999 zwei wichtige Auszeichnungen: den Recycling Award 1999 und den B.A.U.M. Umweltpreis. Seine Aktivitäten dokumentiert das Unternehmen im Umweltbericht, der im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits zum dritten Mal veröffentlicht wurde.

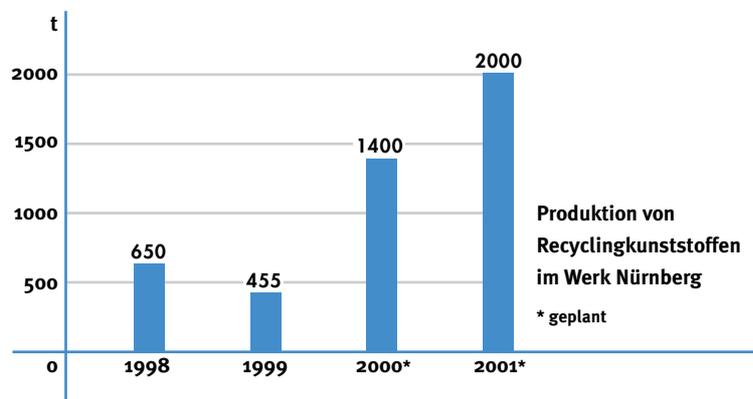
Auf der IFA 1999 präsentierte Grundig den ersten funktionsfähigen Prototypen des sogenannten „Grünen Fernsehers“ der Öffentlichkeit. Das Gerät basiert auf der innovativen MID-Technologie (Moulded Interconnect Device). Die Schaltungsträger des Grünen Fernsehers bestehen aus thermoplastischen Kunststoffen, die später problemlos zusammen mit dem Gehäuse wiederverwertet werden können. Mechanische Teile wie Taster oder Buchsen lassen sich in einem Arbeitsgang formen, das spart Zeit und Material. Speziell für die Metallisierung erfand das Unternehmen ein umweltverträgliches Verfahren. Nach Berechnungen des Freiburger Öko-Instituts entlastet diese neue Technologie die Umwelt deutlich: 43 Prozent weniger metallische und fossile Ressourcen werden benötigt, 80 Prozent Abfälle eingespart und 60 Prozent weniger Schadstoffe wie CO<sub>2</sub> und SO<sub>2</sub> emittiert. Gleichzeitig können die Herstellungskosten um 30 Prozent gesenkt werden.

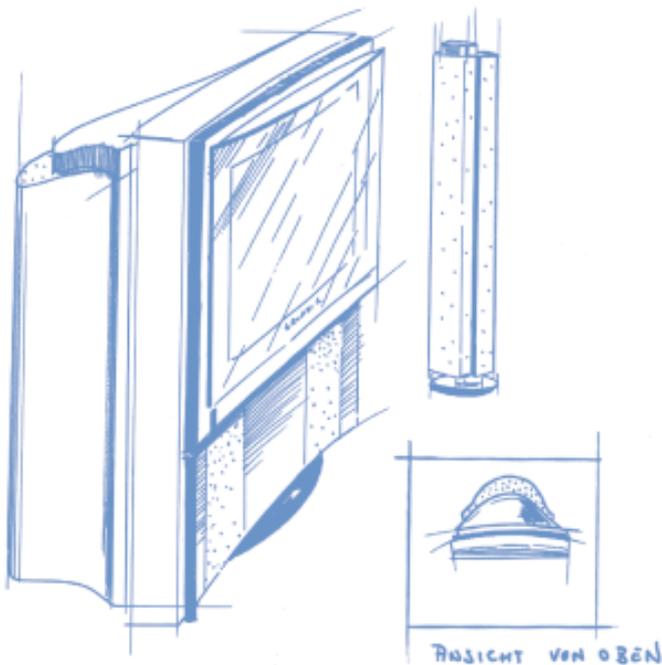
Schon seit vielen Jahren betreibt Grundig die produktionsintegrierte Wiederverwertung von Kunststoffrückständen in der Gehäuseherstellung. Auf Grund der Ergebnisse des vom bayerischen Umweltministeriums geförderten Forschungsprojekts „Originäre Wiederverwertung von Kunststoffen“ investierte Grundig 1999 rund 1,8 Mio. DM in den Ausbau der Recyclingkapazitäten auf 2.000 Tonnen/Jahr. Dadurch ist

es nun möglich, gebrauchte Kunststoffe aus anderen Bereichen wieder zu verwerten. Die recycelten und besonders hochwertigen Kunststoffe werden unter dem eingetragenen Markennamen „Sysplast“ geführt, lassen sich wie Neuware einsetzen und sind speziell auf die Anforderungen der Unterhaltungselektronik zugeschnitten. Die Universität Cottbus bescheinigt Sysplast eine hohe Umweltverträglichkeit: Im Vergleich zu Neuware werden bei der Herstellung rund 84 Prozent Energie eingespart. Bereits jetzt deckt Grundig rund 50 Prozent seines Kunststoffbedarfs bei der TV-Gehäuseproduktion in Nürnberg-Langwasser durch die Recycling-Kunststoffe ab. Spätestens 2001 will das Unternehmen in diesem Werk weitestgehend auf Sysplast umsteigen.

Das Grundig Werk in Bayreuth ist seit März 1999 nach dem EG-Öko-Audit validiert. Durch die schrittweise Einführung eines effektiven Energiemanagements ist es dort zum Beispiel gelungen, im Vergleich zu den Vorjahren rund 20 Prozent Energie einzusparen und das Abfallaufkommen seit 1995 fast zu halbieren. Bereits 1995 war das Werk in Nürnberg als erster Standort der Unterhaltungselektronik in Deutschland überhaupt zertifiziert worden.

Nicht nur bei der Herstellung achtet Grundig auf die Umweltverträglichkeit seiner Produkte, auch im täglichen Einsatz sollen sie die Umwelt so wenig wie möglich belasten. So gilt ein Augenmerk bei der Entwicklung neuer Produkte dem Stromverbrauch. Zahlreiche TV-, Video- und HiFi-Geräte von Grundig wurden 1999 mit dem europäischen Energiesparzeichen prämiert.





## • DAS JAHR IM ÜBERBLICK

### MARKETING MIT NEUER STRATEGIE

Mit einer neuen Marketing-Strategie unterstreicht Grundig seine Neupositionierung und kommuniziert sie gleichzeitig nach außen. Zur Unterstützung der bereits in großen Teilen verwirklichten Vision eines Unternehmens, das sich zur Technologiemarke mit ausgezeichnetem Design entwickelt, wurde eine Zielgruppensegmentierung erarbeitet. Im Mittelpunkt stehen nicht die üblichen demografischen Merkmale, vielmehr wurden sechs Zielgruppen definiert, auf deren Bedürfnisse Grundig künftig seine Produktpalette ausrichtet. Selbstverständlich werden auch Vertriebs- und Kommunikationsstrategien an diesen Zielgruppen ausgerichtet.

### EUROPAWEITER KOMMUNIKATIONS-AUFTRIFF

Im August 1999 startete Grundig seinen neuen, europaweiten Kommunikationsauftritt. Stärker als bisher wird darin für die Marke ein emotionales Image aufgebaut, so zum Beispiel mit einer Anzeigenkampagne, die von TV-Spots flankiert wurde. Das neue Konzept schlägt sich auch in der Gestaltung des Hauptkataloges, der Broschüren und der Bedienungsanleitungen nieder. Selbst die Verpackungen wurden dem neuen Image angepasst.

### GRUNDIG DESIGN PREISVERDÄCHTIG

Diverse Grundig Produkte wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr für hervorragendes Design ausgezeichnet. So erhielt das Audio-/Video-System Fine Arts den begehrten EISA-Award, den Janus Award des Instituts Francais du Design sowie als eines von insgesamt 13 Grundig Produkten den iF Product Design Award. Darüber hinaus bekam die HiFi-Einheit des neuen Premium-Produkts den iF Interaction Design Award 2000 verliehen. Zusätzlich ehrte das Kulturforum Franken das Design-Team des Unternehmens für seine Gesamtleistung mit dem Kulturpreis für Produkt Design.

### BUNDESPRÄSIDENT RAU ZU GAST BEI GRUNDIG

Als ersten offiziellen Gast im neuen Finanz- und Dienstleistungszentrum (Atrium) in Nürnberg-Langwasser konnte Grundig am 18. November 1999 Bundespräsident Johannes Rau begrüßen. Auf dem Besuchsprogramm des Ehrengastes stand neben einer Werksbesichtigung auch das persönliche Gespräch mit Mitarbeitern.

### NEUE GRUNDIG HOMEPAGE

Seit Anfang 1999 steht die neue Grundig Homepage im Internet. Insgesamt wurde bereits mehr als 8,4 Millionen Mal auf das Angebot im World Wide Web zugegriffen. Dabei gilt das stärkste Interesse den Seiten „Produkt“ und „Service“. Die Internationale Television Association (ITVA) zeichnete den neuen Internetauftritt mit dem Bronze-Award aus.

### IFA 1999

Auf der Internationalen Funkausstellung 1999 in Berlin stellte Grundig seine neue Produktpalette sowohl den Fachhändlern als auch einer breiten Öffentlichkeit mit großem Erfolg vor. Dabei spiegelte sich der neue Markenauftritt auch in der Gestaltung des Messestandes wider. Im Publikumsareal wurden einzelne Erlebniswelten inszeniert und die Produkte speziell nach Zielgruppen präsentiert.

## VW UND SEAT KÜREN GRUNDIG

Der Volkswagen Konzern zeichnete die Grundig AG mit dem sogenannten „Corporate Supplier Award – The Leading Edge 1998“ aus. Von den weltweit rund 10.000 Zulieferunternehmen erhielten nur 67 Lieferanten diesen Preis. Alljährlich kürt VW mit ihm Zulieferer, die in allen Bereichen – wie der Produktion, der Logistik oder der Qualität – den besonderen Anforderungen des Konzerns entsprechen. Grundig liefert an den größten deutschen Automobilhersteller moderne Car Audio-Systeme. Von Seat bekam Grundig eine ähnliche Auszeichnung, den sogenannten Formula Q-Preis, verliehen.

## TECHNOLOGIEPARK FÜRTH

Nach dem Umzug auf das Gelände in Nürnberg-Langwasser wird die Grundig AG den ehemaligen Firmensitz in Fürth nicht als Industriearbeitstätte zurücklassen. Dort entsteht vielmehr ein großflächiger Technologiepark. Angesiedelt haben sich bereits unter anderem das Call Center Sellbytel und das „Technikum Fürth Neue Materialien“. Weitere Mieter werden folgen.

## AUSGEZEICHNETE LIEFERANTEN

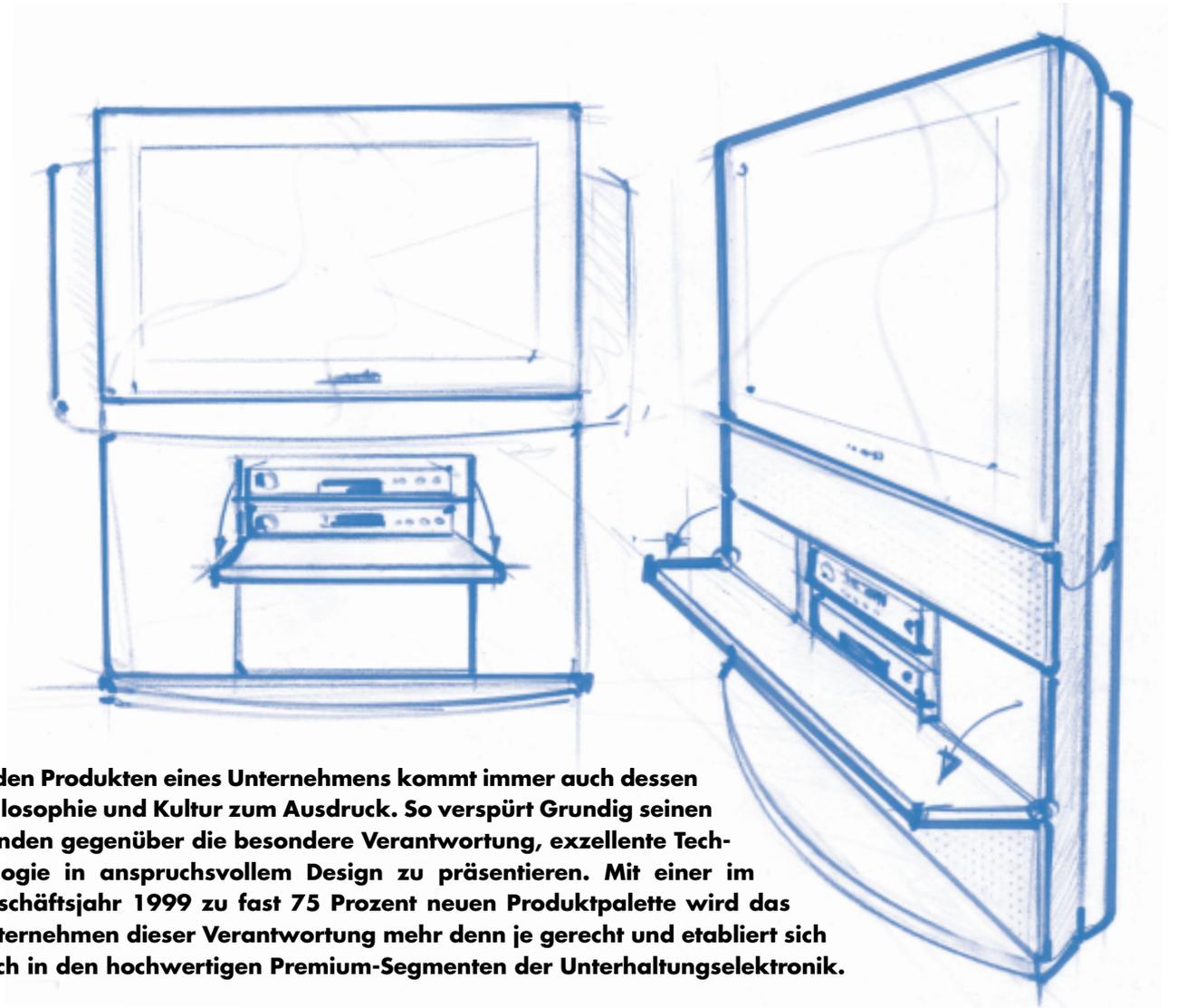
Zum fünften Mal in Folge hat Grundig 1999 seine in Sachen Lieferpünktlichkeit, Service und Umweltbewusstsein leistungsstärksten Lieferanten mit dem Grundig Lieferantenpreis ausgezeichnet. Unter 600 Zulieferern belegte die Rutronik GmbH aus Ispringen/Baden-Württemberg den Spitzenplatz.

## KULTURFÖRDERUNG

Seit 1997 gehört die Musical-Halle A in einer ehemaligen Grundig Fabrikhalle zu den kulturellen Highlights der Region. Neben der Halle selbst stellt Grundig auch Mittel für Plakate und Programmhefte zur Verfügung.

## DAS JAHR 1999:

1. Januar	Neuer Grundig Internet-Auftritt
Februar	Gründung von Grundig Digital Systems im Silicon Valley/USA
10. März	Werk Bayreuth erhält Umwelt-Zertifikat
18.–24. März	Grundig auf der CeBIT in Hannover
28. März	Baubeginn im Atrium als neuer Unternehmenszentrale
April	Start der Arbeiten am neuen Grundig Entwicklungs- und Technologiezentrum in Nürnberg-Langwasser
April	Mitarbeiterzeitung „Grundig report“ erscheint erstmals in neuem Layout
April	Bilanzpressekonferenz: Grundig schließt das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von 15,1 Mio. DM
Mai	Gründung einer Repräsentanz in Moskau
August	Grundig veröffentlicht den dritten Umweltbericht
August	Grundig wird offizieller Ausrüster des Formel 1-Teams Benson & Hedges Jordan
28. August – 5. September	Internationale Funkausstellung (IFA) in Berlin: Grundig stellt der Öffentlichkeit seine zu fast 75 Prozent neue Produktpalette vor
16. – 26. September	Grundig auf der Internationalen Automobil Ausstellung (IAA) in Frankfurt
Ende Oktober	Atrium in Nürnberg-Langwasser fertiggestellt
18. November	Bundespräsident Johannes Rau besucht Grundig
8. Dezember	10. Todestag des Firmengründers Dr. Max Grundig



**In den Produkten eines Unternehmens kommt immer auch dessen Philosophie und Kultur zum Ausdruck. So verspürt Grundig seinen Kunden gegenüber die besondere Verantwortung, exzellente Technologie in anspruchsvollem Design zu präsentieren. Mit einer im Geschäftsjahr 1999 zu fast 75 Prozent neuen Produktpalette wird das Unternehmen dieser Verantwortung mehr denn je gerecht und etabliert sich auch in den hochwertigen Premium-Segmenten der Unterhaltungselektronik.**

# DIE PRODUKTE

## PREMIUM

Der Trend zu Premium-Produkten in der klassischen Unterhaltungselektronik setzte sich auch im abgelaufenen Geschäftsjahr fort. Und gerade in diesen höherwertigen Segmenten konnte sich Grundig erfolgreich im Markt etablieren. Richtungweisend sind dabei vor allem neue Imageträger wie das Audio-/Video-System Fine Arts sowie die zweite Generation des Plasma-Flachbildschirms Planatron.

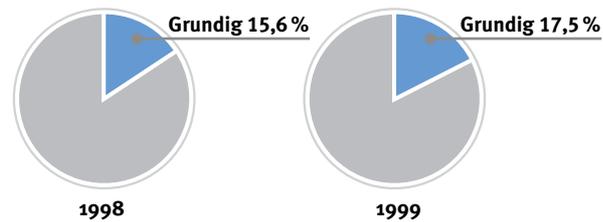
Schon vor der eigentlichen Einführung stieß Fine Arts in der Fachwelt auf große Resonanz und wurde gleich mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem begehrten EISA-Award. Das aus TV- und HiFi-Komponenten bestehende System

wartet mit zukunftsweisender Technik, edlen Materialien, interessanten Detaillösungen und außergewöhnlichem Design auf.

Durch eine drahtlose Signalübertragung fallen bei Fine Arts erstmals fast alle Kabel weg. Dieses Multiroom-System gilt für den als Stand- oder Tischgerät lieferbaren Fernseher, der auf Wunsch mit zusätzlichen Funktionen – wie etwa DVD – erhältlich ist. Doch auch die HiFi-Anlage, deren Audio-Einheit frei platziert werden kann, benötigt kaum Kabel.

Mit dieser Mischung aus weltweit bisher einmaliger Technologie und edlem Auftritt hat Fine Arts beste Voraussetzungen, um sich erfolgreich im Spitzensegment des TV- und HiFi-Markts zu etablieren. Seine besondere technologische Kompetenz stellt Grundig auch mit der zweiten Generation des Planatron unter Beweis. Neben der brillanten Bildwiedergabe unterscheidet sich das Plasmagerät vor allem dadurch vom Wettbewerb, dass in dem nur 14 Zentimeter tiefen Gehäuse die Signalverar-

#### Grundig Marktanteile Color-TV Deutschland (in Wert)



beitung, die Stromversorgung, das Empfangsteil und die Displayansteuerung zusammengefasst werden konnten und somit keine externen Komponenten notwendig sind.

Der Planatron erreichte von Beginn an einen hohen Marktanteil im Segment der Plasma-TV-Geräte und gilt laut einer Fachzeitschrift als Produkt des Jahres 1999.

Die neuen Premium-Produkte stehen beispielhaft für die gesamte Produktpalette, auch für die neue strategische Ausrichtung bei Grundig. Schon bei der Entwicklung wird genauestens auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe eingegangen. Dabei tritt stärker noch als in den vergangenen Jahren die Kombination aus fortschrittlicher Technik und anspruchsvollem Design in den Vordergrund.

## SEHEN

### FERNSEHEN

Als einer der größten europäischen TV-Hersteller baute Grundig 1999 seine Position in Deutschland weiter aus und festigte so seine Marktführerschaft im Bereich Fernseher. Die europaweite Stagnation wurde durch positive Einflüsse aus Osteuropa und Großbritannien aufgelockert. In Österreich und der Schweiz belegte Grundig bei Fernsehgeräten jeweils den zweiten Rang.

Trotz der vor allem auf dem deutschen Markt immer noch deutlichen Tendenz zur Preiserosion, setzt sich gleichzeitig der Trend zu hochwertigen Produkten durch. Mit einem Kostensenkungsprogramm konnte Grundig den Preisverfall teilweise kompensieren und im Markt wettbewerbsfähig agieren, ohne bei der hochwertigen Qualität Abstriche zuzulassen. Dies wird auch durch zahlreiche Preise deutlich, die Grundig im Berichtszeitraum für seine TV-Geräte erhielt.

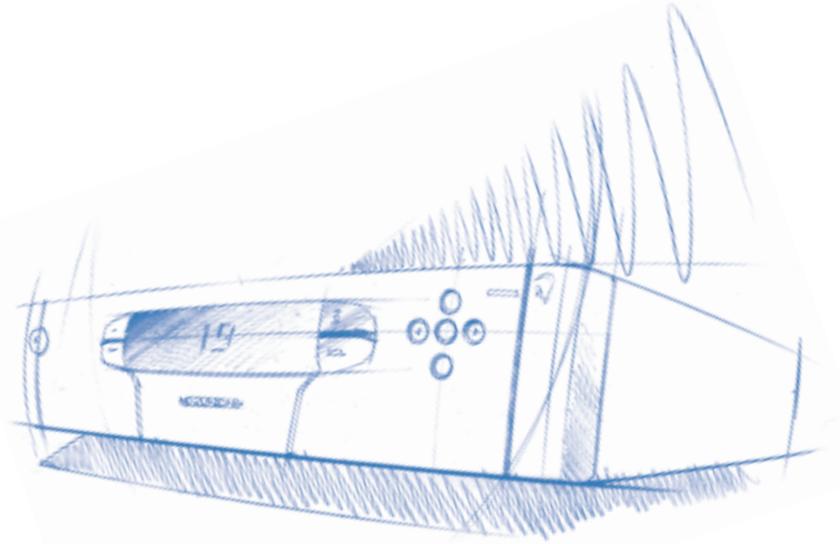
Im Markt etablierten sich neben Fine Arts und Planatron auch die Produktfamilien Davio, Arganto und Xentia. In Großbritannien wurde

zudem ein TV-Gerät mit integriertem digitalen Empfänger sehr erfolgreich in den Markt eingeführt. Die mit dem neuen Marketing-Konzept verbundene Zielgruppensegmentierung führte zu einer deutlichen Produktmixveränderung hin zu den höherwertigen Stand-TV-Geräten.

Bei vielen Modellen wurde die Bildwiedergabetechnik durch neue Arten der Signalverarbeitung und durch benutzerorientierte Displays verbessert. Die flache Bildröhre Megatron Flat macht zudem ein modernes Design der Geräte bei gleichzeitig deutlicher Steigerung der Bildqualität möglich.

Der Trend zu flacheren Bildschirmen und zu Standgeräten mit variablen Ausstattungsmerkmalen wird sich auch im Jahr 2000 fortsetzen. Durch entsprechendes Zubehör werden in Optik und Stil individuelle Anpassungen erzielt.





**VIDEORECORDER  
CAMCORDER  
DVD-SPIELER**

Mit einer Steigerungsrate von rund zehn Prozent auf knapp 15 Millionen Stück hat der europäische Videorecorder-Markt (VCR) das Vorjahresniveau deutlich übertroffen. Das wesentliche Wachstum wurde dabei von den Märkten in Spanien, Frankreich und Großbritannien generiert. Diese Entwicklung wird begleitet von einer Verschiebung innerhalb des VCR-Marktes hin zu HiFi-Geräten, die mit rund 50 Prozent erstmals den größeren Anteil stellten.

Grundig hat im Geschäftsjahr 1999 seine Aktivitäten im Bereich Videorecorder neu strukturiert und die Zusammenarbeit mit einem anderen Partner gestartet. In Anlehnung an die neue Markenphilosophie werden jetzt auch für den Bereich Videorecorder Produkte mit einem eigenständigen Profil angeboten, die bereits erste Auszeichnungen erhielten.

Wichtiger Motor der Branche war 1999 der Bereich der Camcorder. Die neuen digitalen Systeme überzeugen im Vergleich zu den analogen Produkten durch eine deutlich verbesserte Bild- und Tonqualität. Als einziges Segment in der Unterhaltungselektronik wächst der gesamte Camcorder-Markt im Wert stärker als in der Menge.

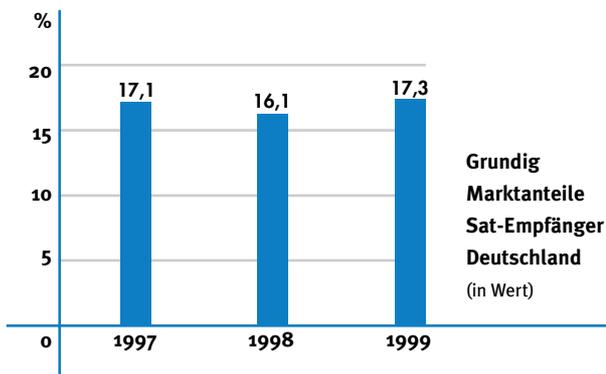
Grundig ist eine der wenigen europäischen Marken, die sich im ansonsten asiatisch geprägten Wettbewerbsumfeld behauptet. Das Unternehmen vereint dabei die gesamte Systemlandschaft im Camcorder-Markt unter einem Dach. Mit dem analogen LCD 300 HE sowie dem DLC 20 im digitalen Bereich hat sich das Unternehmen in diesen heftig umkämpften Segmenten erfolgreich positioniert.

Der Markt für DVD-Spieler (Digital Versatile Disk) erreichte 1999 in Europa seinen Durchbruch. Allein in Deutschland wurden etwa 200.000 DVD-Spieler abgesetzt. Grundig hat sich auf diesem besonders zukunftssträchtigen Feld etabliert. Auf der IFA präsentierte das Unternehmen als erste europäische Marke einen in das TV-Gerät integrierten DVD-Spieler. Zusätzlich wurden zwei weitere DVD-Geräte vorgestellt.

Entsprechend dem Marktwachstum werden zukünftig weitere neue Produkte eingeführt. Leichte Bedienbarkeit, einfache Installation, Zuverlässigkeit, Qualität und Kompatibilität werden dabei die Grundlage für neue Produkte bilden.

**SATELLITENEMPfangSTECHNIK**

In Europa war ein deutlicher Anstieg beim Absatz von digitalen Satellitenempfängern zu beobachten, welche die analogen Geräte immer mehr vom Markt verdrängten. Durch die Zusammenarbeit mit der Satellitenbetreiber-Gesellschaft BskyB hat sich Grundig in Großbritannien eine starke Position aufgebaut. In Skandinavien sind die zukünftigen Absatzchancen durch eine mögliche Zusammenarbeit mit Canal digital ebenfalls gut.



Anders sah die Entwicklung in Deutschland aus. Durch die guten Empfangsmöglichkeiten – rund 20 bis 30 analoge Programme werden angeboten – stieg der Absatz von digitalen Systemen nur gering. Jedoch konnte Grundig im Bereich analoger Sat-Receiver im vergangenen Jahr die Marktführerschaft mit einem Anteil von 17,3 Prozent in Deutschland erreichen und führte seine erfolgreiche Produktpalette in neuem Design weiter. Im Bereich der Sat-Kopfstationen wurden zwei neue Basismodelle eingeführt sowie digitale Umsetzmodule. Hierdurch wurde die marktbeherrschende Position des Unternehmens gefestigt.

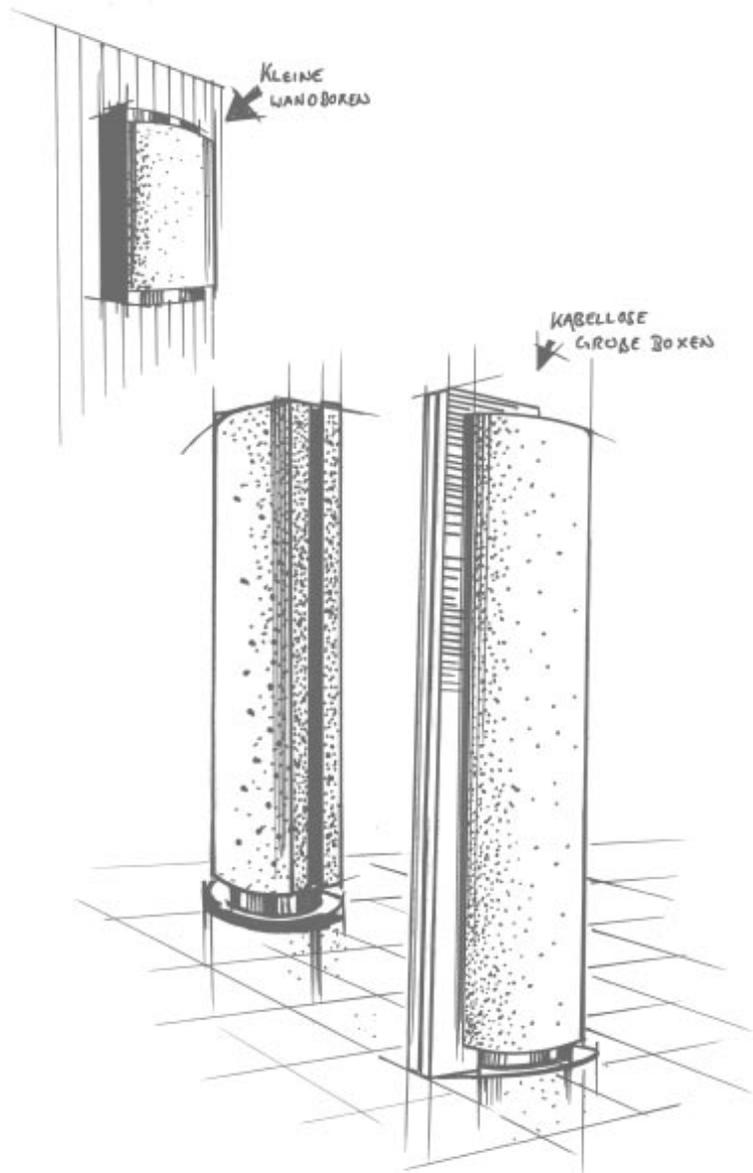
Im Geschäftsjahr 2000 wird Grundig neue digitale Geräte präsentieren. Zusätzlich runden zwei Satellitenempfangs-Kopfstationen für kleinere Anlagen das Angebot in diesem Segment ab.

## HÖREN

### AUDIO

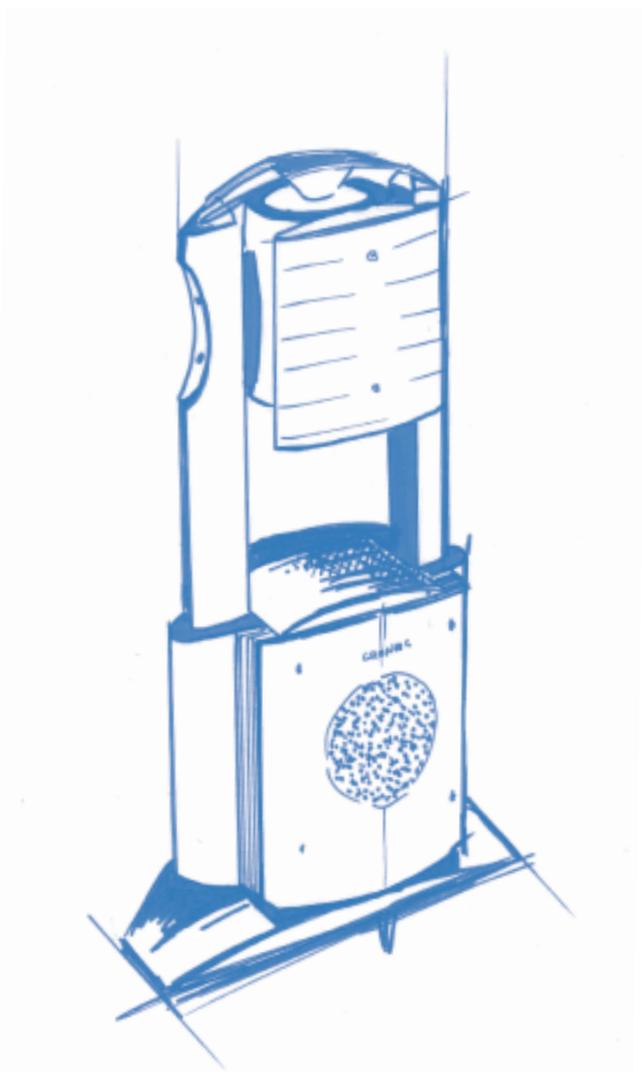
Erstmals seit vier Jahren wuchs der Audio-Markt in Europa wieder. Im Vergleich zu 1998 legte er um rund 3,5 Prozent zu. In Deutschland lag das Wachstum mit drei Prozent etwas niedriger. Allgemein war der Markt durch einen massiven Preisverfall und einen harten Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet.

In diesem Umfeld konnte sich Grundig auch 1999 erfolgreich behaupten und seine Wettbewerbsposition in Teilsegmenten als Nummer zwei in Deutschland ausbauen. Zwar lagen die wichtigsten europäischen Märkte im deutschsprachigen Raum, doch auch in Italien, den Benelux-Ländern und Frankreich verzeichnete das Unternehmen eine überdurchschnittliche Absatzentwicklung.



Grundig präsentierte zur IFA 1999 mit dem MPaxx einen MP3-Spieler, der Musik aus dem Internet und von digitalen Medien auf eine sogenannte MultiMediaCard (MMC) von Infineon Technologies speichern kann. Vollkommen unempfindlich gegen Erschütterungen, ist das handliche Gerät ein idealer Freizeitbegleiter.

Durch die erfolgreiche Einführung des MP3-Spielers und der MMC erwartet das Unternehmen wichtige Impulse für die Zukunft, da dieses fortschrittliche Speichermedium in zahlreichen Bereichen und Kombinationsgeräten Einzug halten wird.



## HiFi

Während der HiFi-Markt in Europa um rund 2,5 Prozent wuchs, tendierte er in Deutschland mit minus 0,5 Prozent leicht rückläufig. Gekennzeichnet sind die Märkte durch einen harten Verdrängungswettbewerb, besonders in den Segmenten der Mini- und Microsysteme.

Beim Absatz zeigte vor allem der Bereich der Microsysteme und der höherwertigen Produkte positive Tendenzen. Auch die Produktfelder mit digitaler Technik entwickelten sich überdurchschnittlich gut.

Während der IFA stellte Grundig das Multi-room-System RCD 2000 vor, das mit einer bidirektionalen Fernbedienung von verschiedenen Räumen über die Lautsprecherboxen angesteuert werden kann. Die drahtlose Übertragung der Audio- und der Datensignale garantiert ein problemloses Aufstellen und Bedienen der Anlage ohne lästige Kabelverbindungen.

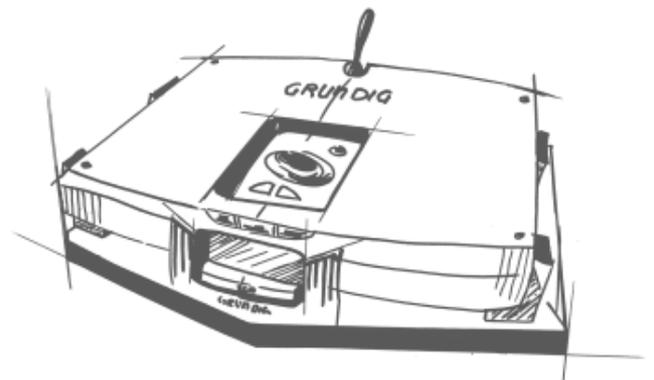
## NEUE GESCHÄFTSFELDER

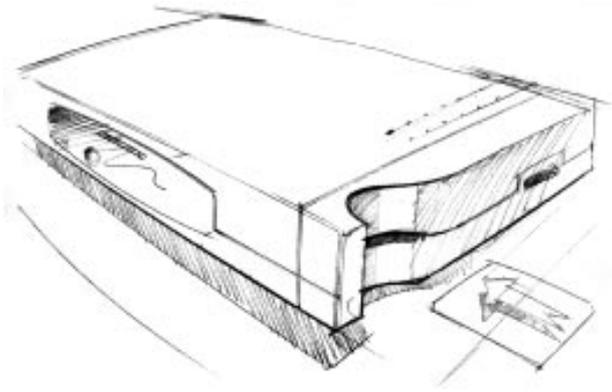
Als führender Hersteller von Unterhaltungselektronik hat sich Grundig schon frühzeitig mit dem Medium Internet auseinander gesetzt. Gerade die Kombinationsmöglichkeiten mit TV-Geräten im Hinblick auf interaktive Dienste werden forciert.

Im Gegensatz zum eher stagnierenden Markt für Unterhaltungselektronik eröffnet der Bereich Multimedia vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten sowie ein starkes wirtschaftliches Wachstumspotential.

Noch 2000 startet das Unternehmen mit einem eigenen Unterhaltungs- und Informationskanal in den Markt. Vorgestellt wurde der Internet-Dienst „events today – provided by Grundig“ auf der IFA 1999. Mit diesem Angebot tritt das Unternehmen erstmals als Dienste-Anbieter auf. Der Anwender kann alle wichtigen Veranstaltungen, Neuheiten und Informationen auf seinen Bildschirm holen. Das Angebot reicht dabei von Live-Konzerten über Modenschauen bis hin zu Vorab-Ausschnitten aktueller Filme. Aber auch alle wichtigen Themen aus Wirtschaft, Politik und Kultur sowie aus dem lokalen Bereich können per Mausclick oder Fernbedienung abgerufen werden.

Möglich wird der Internet-Zugang nicht nur über den Computer, sondern auch am heimischen Fernseh Bildschirm durch die Internet-Box. Sie wird einfach zwischen Telefonbuchse und TV-





Gerät angeschlossen. Durch die persönliche Smart-Card kann der Anwender seinen Provider auswählen und hat dann freien Zutritt zum World Wide Web. Auf der CeBIT 2000 stellte das Unternehmen die zweite Generation der Web Box (WB2) vor. Die sogenannte Picture-in-Picture-Technologie (Bild in Bild) ermöglicht, dass parallel eine Fernsehsendung verfolgt und im Internet gesurft werden kann.

## HOTELKOMMUNIKATION

Im Geschäftsbereich Hotelkommunikation konnte der Ertrag auf Vorjahresniveau gehalten werden. Insgesamt wurden 1999 rund 25.000 Hotelzimmer weltweit mit Grundig Technologie ausgestattet. Die Referenzliste der namhaften Hotels konnte unter anderem um den Bayerischen Hof in München, das Hotel Adlon in Berlin und die Emirates Towers in Dubai erweitert werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelte Grundig ein neues, interaktives Kommunikationssystem auf Basis der aktuellen HTML-Grafik. Das Zusammenspiel von Netzcomputern und TV-Geräten bietet zukünftig ein umfassendes Informations- und Unterhaltungsangebot von Pay-TV über den Internet-Zugang bis hin zu Videospiele. Für Mitte 2000 ist die Markteinführung vorgesehen.

Zusätzlich plant Grundig im neuen Geschäftsjahr den Ausbau seiner Vertriebsressourcen, um dem anhaltenden Wachstum in der Hotellerie gerecht zu werden.

## CAR AUDIO

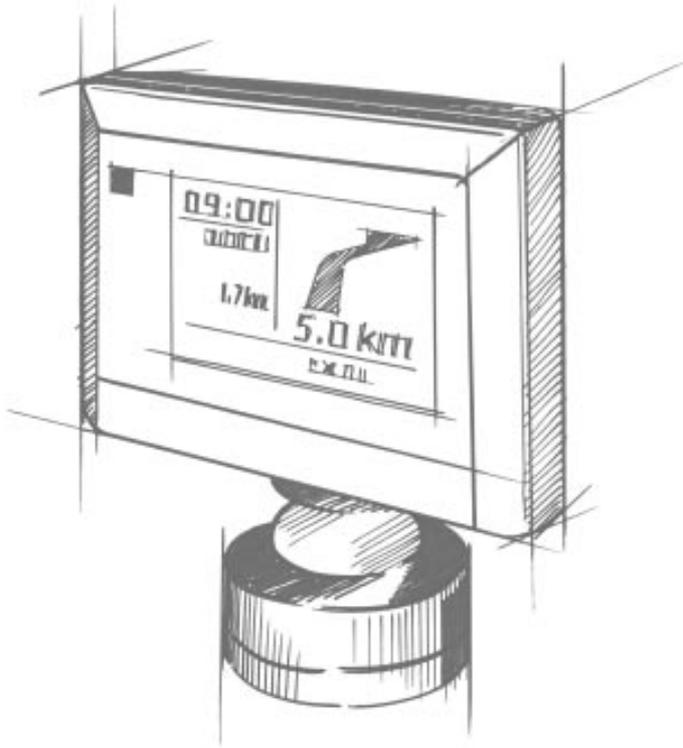
Der Markt für nachzurüstende Car Audio-Produkte blieb im Vergleich zu 1998 europaweit und in Deutschland auf Wertbasis stabil. Allein der Absatz von Produkten mit digitaler Technik wie CD-Tuner-Kombinationen oder CD-Wechslern zeigte ein überdurchschnittliches Wachstum. Auf Grund der Preiserosion und einem harten Verdrängungswettbewerb konnte Grundig seine selbst gesetzten Ziele im abgelaufenen Geschäftsjahr zwar nicht erreichen, seine Marktposition in Europa jedoch behaupten.

Grundig sieht in DAB (Digital Audio Broadcasting) ein zukunftsweisendes Medium für den terrestrischen Rundfunk. Bereits seit mehr als zehn Jahren beschäftigt sich das Unternehmen mit dieser Technologie und gilt damit als Pionier auf dem Gebiet des digitalen Rundfunks. Seit 1998 hat das Unternehmen DAB-Endgeräte im Angebot.

Die Strategie einfach zu bedienender Geräte wurde konsequent weiterverfolgt. Zusätzlich konnte mit blauer Displaybeleuchtung eine optimale Abstimmung auf das Interieur der neuen Fahrzeuggenerationen erzielt werden.

Auf der IFA präsentierte Grundig das innovative satellitengesteuerte Navigationssystem GPS 3 erstmals der Öffentlichkeit. Weitere wichtige Konzepte in diesem Segment sind in Vorbereitung.

Im neuen Geschäftsjahr wird Grundig seine Vorreiterrolle im Bereich Digitalradio bestätigen und ausbauen. Mit integrierten DAB-Empfängern wird der Konsument zukünftig digitale Klangqualität genießen können.



## AUTOMOTIVE SYSTEMS – PARTNER DER AUTOMOBILINDUSTRIE

Grundig ist schon seit vielen Jahren als Zulieferer von Car Audio-Geräten für viele namhafte Automobilhersteller tätig. Um den hohen Anforderungen der Kunden in Bezug auf Qualität, Innovationsvermögen und Leistungsfähigkeit gerecht zu werden, wurde dieser Geschäftsbereich 1999 neu strukturiert. Die schlanke Organisation arbeitet effizienter, Entscheidungsprozesse werden beschleunigt.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelte sich das Zuliefer-Geschäft mit der Automobilindustrie äußerst positiv. Dabei unterstützten besonders zwei Faktoren diese Tendenz: Erstens stieg der Absatz von Neufahrzeugen in Westeuropa um rund 4,8 Prozent auf fast 15,1 Millionen Einheiten. In einigen Märkten konnten sogar Zuwächse in zweistelliger Höhe erzielt werden.

Auch der größte westeuropäische Automobilmarkt Deutschland lag mit einem Plus von zwei Prozent über dem Vorjahresniveau. Zweitens werden immer mehr Fahrzeuge schon ab Werk mit Autoradios, Navigationssystemen oder Kombinationsprodukten ausgerüstet.

In diesem Umfeld konnte Grundig 1999 das Neugeschäft stark forcieren. So ist das Unternehmen derzeit bei den meisten Automobilherstellern – zum Beispiel bei Smart, Volkswagen, Fiat, Bentley oder Rolls Royce – mit aktuellen Aufträgen vertreten.

### UNTERHALTUNG, INFORMATION UND KOMMUNIKATION

In den letzten Jahren hat sich ein Trend deutlich verstärkt und auch Einzug in das Car Audio-Segment gehalten: Die Informationstechnologie, die Unterhaltungselektronik und die Telekommunikation verschmelzen miteinander. Dieser Entwicklung wird Grundig in Zukunft noch deutlicher Rechnung tragen und sich mit neuen Konzepten als Spezialist für automobiler Multimedia-Anwendungen etablieren. Dabei setzt das Unternehmen sowohl auf die langjährige Erfahrung mit der Automobilindustrie als auch auf seine Technologieführerschaft auf dem Gebiet der Digitaltechnik. Grundig bringt Unterhaltung, Information und Kommunikation ins Fahrzeug. So zum Beispiel mit der neuesten Generation von Autoradios aus der Challenge-Reihe mit integrierter Verkehrsfunkauswertung und Digitalradio-Empfänger.

## BÜROKOMMUNIKATION

Der Trend in der modernen Bürokommunikation geht zu innovativen Hard- und Software-Lösungen. Mit zukunftsweisenden Produkten ist Grundig in diesem Markt vertreten. Zu nennen ist unter anderem das digitale Diktiersystem GDM 1000. Es ermöglicht die effektive Verwaltung von Diktaten und Schreibplätzen bis hin zum fertigen Schriftsatz. Integriert ist zusätzlich ein leistungsfähiges Spracherkennungssystem, das spezielle juristische oder medizinische Wortschätze enthält oder mit kundenspezifischen Wörterbüchern ergänzt werden kann. Erstmals bietet Grundig damit auch eine Spracherkennung an, die vom Sprecher nicht individuell trainiert werden muss. Das eröffnet die Möglichkeit, Kunden zu gewinnen, die bisher weder analoge noch digitale Diktiergeräte nutzen.

Der Markt für analoge Handdiktiergeräte für den professionellen Einsatz war 1999 durch ein leichtes Wachstum gekennzeichnet. Mit einer neuen Geräteserie konnte sich Grundig in Deutschland in diesem Segment als Marktführer behaupten.

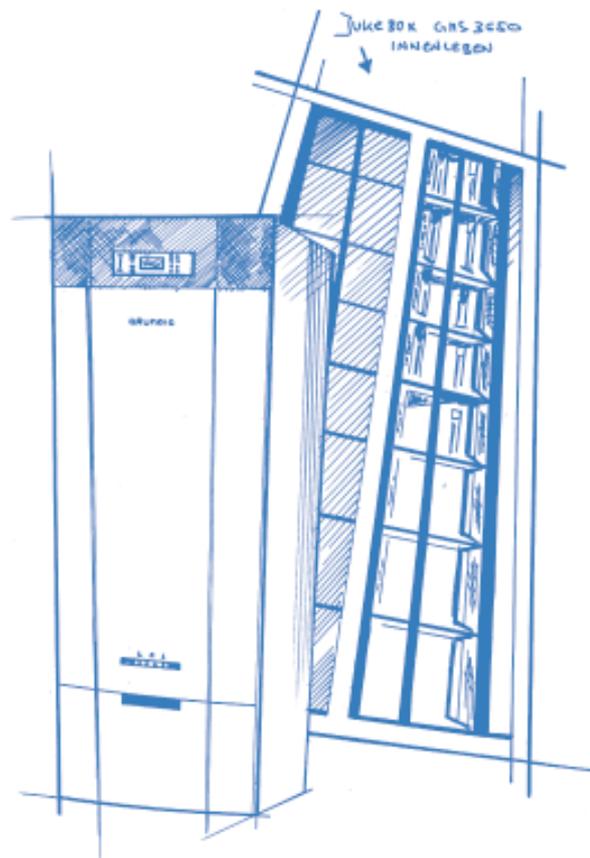
## OPTISCHE MASSENSPEICHERSYSTEME

Der gesamte Markt entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Plus von rund vier Prozent nur mäßig. Grund für die verhaltenen Investitionen war unter anderem die befürchtete Jahr-2000-Problematik. In diesem wirtschaftlichen Umfeld konnte Grundig mit fortschrittlichen Produkten aus dem Geschäftsfeld der optischen Massenspeichersysteme seine Marktposition festigen und ausbauen. Das Unternehmen zählt heute zu den wenigen Herstellern in diesem Segment, die innovative Technik mit anspruchsvollem Design kombinieren. Mit Hilfe der sogenannten Jukeboxen lassen sich selbst größte Datenvolumina komfortabel verwalten und sicher aufbewahren.

Von Archiv- und Dokumenten-Management-Systemen wird immer mehr Speicherkapazität gefordert. Diesen Bedürfnissen des Marktes kommt Grundig mit einem neuen Gerät nach, das bis zu 560 Medien sehr einfach archivieren und verwalten kann.

Durch den Einzug der DVD-Speichertechnologie in die Datenverarbeitung eröffnen sich neue Anwendungsmöglichkeiten gerade für CD/DVD Jukeboxen. Auf der CeBIT 1999 präsentierte Grundig eine aus vier Modellen bestehende modulare Jukebox-Familie. Die in einheitlichem Design gestalteten Geräte können zwischen 35 bis 560 CD/DVD-Medien verwalten.

Für die kommenden Jahre erwartet das Unternehmen eine positive Entwicklung dieses Geschäftsbereiches. Zudem avanciert Grundig durch die enge Zusammenarbeit mit führenden Software-Unternehmen zu einem professionellen Partner für Systemhäuser und Distributoren. Renommiertere Kunden wie die Deutsche Telekom, Microsoft oder Kärcher gehören schon heute zu den zufriedenen Anwendern.



## MESSTECHNIK

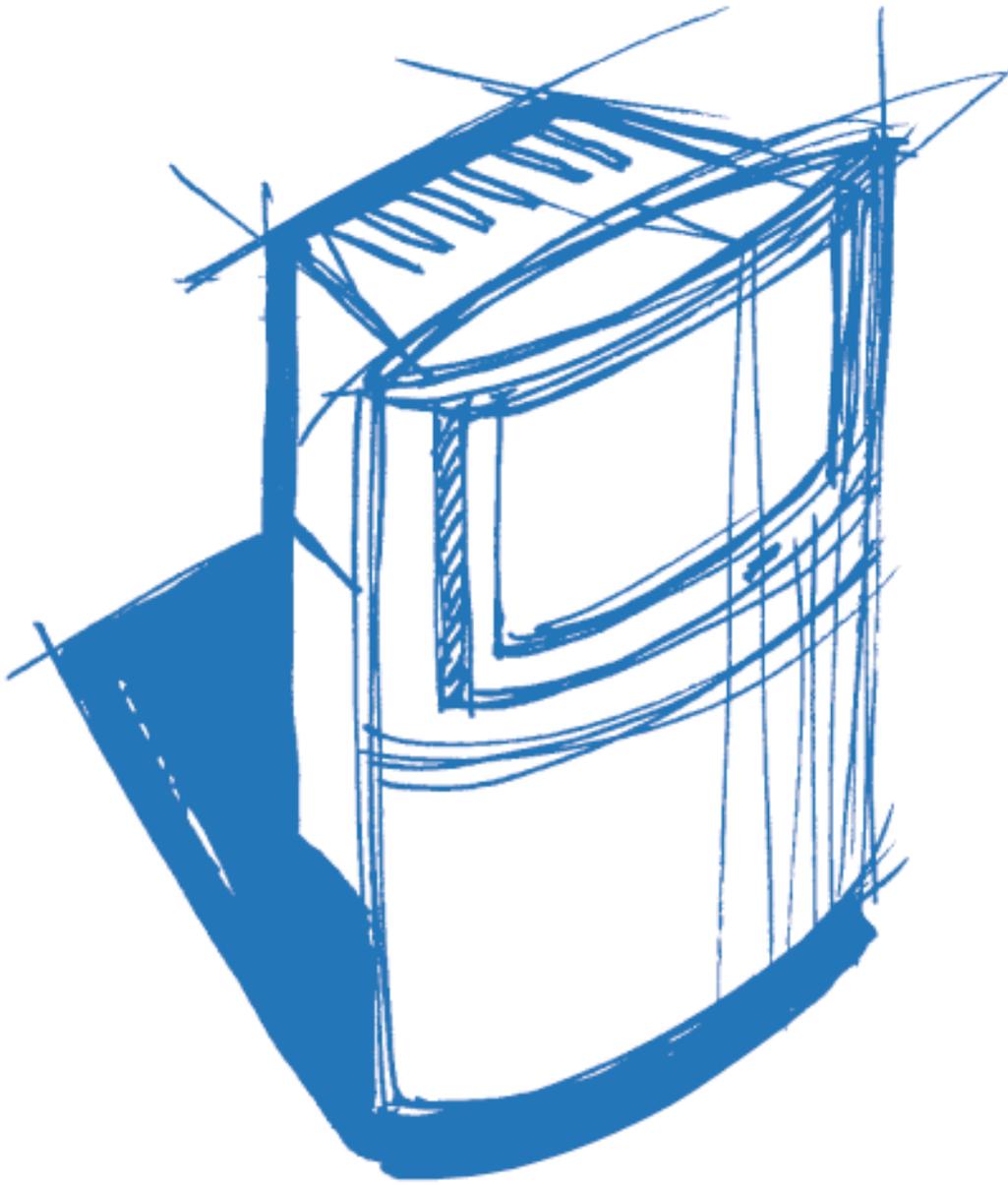
Kein anderer Geschäftsbereich war 1999 derart von Umstrukturierungen und Neuorientierungen betroffen wie die Messtechnik. Die speziellen Veränderungen im Markt sowie die niedrige eigene Wertschöpfung in Teilbereichen der Kommunikations-Messtechnik machten eine Konzentration auf die Kernkompetenz Kfz-Messtechnik erforderlich. Hier hält das Unternehmen seit Jahren eine starke Position.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr strukturierte Grundig dort die Vertriebswege neu und baute eine eigene Vertriebsorganisation für freie Werkstätten mit dem Ziel auf, eine höhere Marktdurchdringung und mehr Unabhängigkeit zu erreichen.

Drei Segmente der Kraftfahrzeugtechnik zeigten 1999 äußerst positive Entwicklungen. So konnte im Bereich Drehzahlmessung die Marktführerschaft stabilisiert werden. Mehr als 10.000 Drehzahladapter wurden bisher ausgeliefert.

Das Geschäft mit Abgasmessgeräten in Deutschland beruhigte sich nach der Einführung der gesetzlich vorgeschriebenen Abgasuntersuchungen. Der Absatz rekrutierte sich daher auch fast ausschließlich über den Ersatzbedarf. Im Ausland konnten dagegen Neukunden gewonnen werden. In Belgien rüstete das Unternehmen zum Beispiel die gesamte VW/Audi-Organisation mit Grundig Abgasmesstechnik aus.

Durch den rapiden Anstieg des Elektronikanteils in Kraftfahrzeugen wächst auch der Bedarf an neuen Diagnose-Konzepten. Speziell für diesen Markt wurde das sogenannte GIDIS (Grundig Instruments Diagnose- und Informations-System) entwickelt. Das System ist modular aufgebaut und kann deshalb künftig in Kombination mit den Abgasmessgeräten die bald gesetzlich vorgeschriebene EOBD (European On Board Diagnosis) durchführen.



# KONZERN ABSCHLUSS

---

## INHALT

Seite

Bilanz	28
Gewinn- und Verlustrechnung	29
Anlagevermögen	30
Kapitalflussrechnung	32
Anhang	33
Beteiligungen	42

# BILANZ

Angaben in TDM

## AKTIVA

	Anhang	1999	1998
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände		3.330	2.609
Sachanlagen		259.838	221.435
Finanzanlagen		11.245	10.579
	(1)	<b>274.413</b>	<b>234.623</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>			
Vorräte	(2)	363.325	382.350
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	769.001	672.369
Wertpapiere		22.030	0
Flüssige Mittel	(4)	159.680	294.506
		<b>1.314.036</b>	<b>1.349.225</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		<b>4.692</b>	<b>7.423</b>
		<b>1.593.141</b>	<b>1.591.271</b>

## PASSIVA

	Anhang	1999	1998
<b>EIGENKAPITAL</b>			
Gezeichnetes Kapital		396.460	396.460
Kapitalrücklage		37.500	35.159
Gewinnrücklagen		3.049	0
Bilanzergebnis		-87.266	-102.620
	(5)	<b>349.743</b>	<b>328.999</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>			
Rückstellungen für Pensionen		440.607	447.109
Steuerrückstellungen		41.836	51.199
Sonstige Rückstellungen		319.876	419.745
	(6)	<b>802.319</b>	<b>918.053</b>
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>	(7)	<b>433.703</b>	<b>335.248</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		<b>7.376</b>	<b>8.971</b>
		<b>1.593.141</b>	<b>1.591.271</b>

# GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Angaben in TDM

	Anhang	1999	1998
<b>UMSATZERLÖSE</b>	(11)	2.673.024	2.665.949
Kosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	(12)	-2.248.981	-2.155.365
<b>BRUTTOERGEBNIS VOM UMSATZ</b>		<b>424.043</b>	<b>510.584</b>
Vertriebskosten		-479.775	-507.497
Allgemeine Verwaltungskosten	(13)	-12.461	-15.356
Sonstige betriebliche Erträge	(14)	115.979	47.570
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(15)	-32.389	-24.556
Beteiligungsergebnis	(16)	-2.283	-443
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		-374	-105
Zinsergebnis	(17)	2.614	4.930
<b>ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT/ JAHRESÜBERSCHUSS</b>		<b>15.354</b>	<b>15.127</b>
Ergebnisvortrag		-102.620	-117.747
<b>BILANZERGEBNIS</b>		<b>-87.266</b>	<b>-102.620</b>

# ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Angaben in TDM

		ANSCHAFFUNGS-/ HERSTELLUNGSKOSTEN	
	Stand 1998	Währungs- differenzen	Zugänge
<b>I. IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>			
Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte	19.301	375	2.775
<b>SUMME</b>	<b>19.301</b>	<b>375</b>	<b>2.775</b>
<b>II. SACHANLAGEN</b>			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	258.974	152	9.248
2. Technische Anlagen und Maschinen	520.259	2.308	56.933
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	292.419	2.671	20.070
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	10.569	-28	30.273
<b>SUMME</b>	<b>1.082.221</b>	<b>5.103</b>	<b>116.524</b>
<b>III. FINANZANLAGEN</b>			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	28.493	0	1.245
2. Anteile an assoziierten Unternehmen	4.064	0	30
3. Beteiligungen	158	0	0
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	7.980	0	1.094
<b>SUMME</b>	<b>40.695</b>	<b>0</b>	<b>2.369</b>
<b>GESAMT</b>	<b>1.142.217</b>	<b>5.478</b>	<b>121.668</b>

**ABSCHREIBUNGEN**

**BUCHWERTE**

Abgänge	Um- buchungen	Stand 1999	kumuliert	Währungs- differenzen	lfd. Jahr	Stand 1999	Stand 1998
8.781	0	13.670	10.340	152	2.275	3.330	2.609
<b>8.781</b>	<b>0</b>	<b>13.670</b>	<b>10.340</b>	<b>152</b>	<b>2.275</b>	<b>3.330</b>	<b>2.609</b>
5.932	0	262.442	161.809	42	8.420	100.633	99.954
44.760	3.593	538.333	462.781	1.489	42.663	75.552	58.355
5.216	1.156	311.100	261.358	1.824	23.634	49.742	52.557
2.154	-4.749	33.911	0	0	0	33.911	10.569
<b>58.062</b>	<b>0</b>	<b>1.145.786</b>	<b>885.948</b>	<b>3.355</b>	<b>74.717</b>	<b>259.838</b>	<b>221.435</b>
16.732	0	13.006	10.260	0	0	2.746	1.500
0	-50	4.044	4.004	0	1.241	40	1.301
0	50	208	71	0	0	137	87
142	0	8.932	609	0	335	8.323	7.691
<b>16.874</b>	<b>0</b>	<b>26.190</b>	<b>14.945</b>	<b>0</b>	<b>1.576</b>	<b>11.245</b>	<b>10.579</b>
<b>83.717</b>	<b>0</b>	<b>1.185.646</b>	<b>911.233</b>	<b>3.507</b>	<b>78.568</b>	<b>274.413</b>	<b>234.623</b>

Die Anschaffungs-/Herstellungskosten der Abgänge betragen 83.717 TDM, die kumulierten Abschreibungen hierauf 78.435 TDM.

## KAPITALFLUSSRECHNUNG

Angaben in TDM

	1999	1998
Jahresüberschuss	15.354	15.127
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	78.568	94.704
Ergebnisse aus dem Abgang von Gegenständen im Anlagevermögen	-3.157	-1.368
Abnahme von Rückstellungen	-115.734	-104.716
Zunahme der Vorräte und Forderungen sowie anderer Aktiva	-74.876	-5.022
Zu-/Abnahme der Verbindlichkeiten sowie anderer Passiva	63.786	-8.392
<b>MITTELABFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>-36.059</b>	<b>-9.667</b>
Erlöse aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	8.439	11.746
Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen	-121.668	-72.436
<b>MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>-113.229</b>	<b>-60.690</b>
Erhöhung der Bankverbindlichkeiten	33.075	10.506
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung bei der Grundig AG	0	133.960
<b>MITTELZUFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>33.075</b>	<b>144.466</b>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	-116.213	74.109
Wechselkursbedingte Wertänderungen	3.417	-1.336
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	294.506	221.733
<b>FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>181.710</b>	<b>294.506</b>

## ANHANG

Der Konzernabschluss wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Umsatzkostenverfahren angewandt.

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

### KONSOLIDIERUNGSKREIS

In den Konzernabschluss sind neben der Grundig AG zwei inländische und 30 ausländische Unternehmen einbezogen, bei denen die Grundig AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte besitzt. Die Gesellschaften sind auf den Seiten 42 und 43 aufgeführt.

Neu in den Konsolidierungskreis aufgenommen wurde die Grundig Digital Systems, San Jose/Kalifornien, die Anfang 1999 gegründet wurde.

Ausgeschlossen aus dem Konsolidierungskreis sind die Grundig Far East Manufacturing Ltd., Hongkong, und die Grundig Ibérica-Centro de Servicos Lda., Lissabon/Portugal, wegen Liquidation sowie die Grundig Electronics India Private Ltd., Madras/Indien, wegen Verkaufs der Anteile.

Mit Wirkung zum 1. Januar 1999 wurden die folgenden inländischen verbundenen Unternehmen durch Übertragung ihres Vermögens als Ganzes unter Ausschluss der Abwicklung auf die Grundig AG verschmolzen:

- Grundig Vertriebs-GmbH, Fürth
- STS Skeye Telematic Service GmbH, Dortmund
- HoC Computer Vertrieb GmbH, Fürth

Zum 1. April 1999 wurde außerdem die House of Computers HoC GmbH, Fürth, auf die Grundig AG verschmolzen.

Die HoC Computer Vertrieb GmbH, Fürth, und die House of Computers HoC GmbH, die den Geschäftsbetrieb eingestellt hatten, waren im Vorjahr nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

Die Veränderungen des Konsolidierungskreises haben keinen wesentlichen Einfluss auf die Vergleichbarkeit des Konzernabschlusses zum Vorjahr.

Zehn 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 sechs keine aktive Geschäftstätigkeit mehr aus.

Ein bisher nach der Equity-Methode bilanziertes assoziiertes inländisches Unternehmen wird wegen untergeordneter Bedeutung und der geplanten Veräußerung der Anteile nicht mehr „at equity“ bewertet.

## 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 planmäßig abgeschrieben.

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 sind eliminiert worden, soweit sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind.

## BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten bewertet und planmäßig über die jeweilige Nutzungsdauer 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. Geringwertige Anlagegüter werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben und im Anlagenspiegel als Abgang behandelt.

Die Finanzanlagen sind zu Anschaffungskosten bzw. dem niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt.

Vorräte werden mit den Anschaffungs- bzw. 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 sechs Prozent versicherungsmathematisch ermittelt.

Verpflichtungen aus Anwartschaften unterschiedlicher Mitarbeiter und geschlossener 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, Währungsverbindlichkeiten 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.

## **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 TDM

## AKTIVA

### (1) ANLAGEVERMÖGEN

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens im Geschäftsjahr 1999 ist in einer gesonderten Übersicht auf den Seiten 30 und 31 dargestellt.

Nicht in den Konsolidierungskreis aufgenommene Beteiligungen sind auf der Seite 44 aufgeführt.

<b>(2) VORRÄTE</b>	<b>1999</b>		<b>1998</b>
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	101.042		83.165
Unfertige Erzeugnisse und unfertige Leistungen	23.902		25.884
Fertige Erzeugnisse und Waren	238.381		273.301
	<b>363.325</b>		<b>382.350</b>

<b>(3) FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>	<b>1999</b>	davon Restlauf- zeit über 1 Jahr	<b>1998</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	680.177	1.198	550.577
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	6.943	–	6.809
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	37	–	15
Sonstige Vermögensgegenstände	81.844	632	114.968
	<b>769.001</b>	<b>1.830</b>	<b>672.369</b>

<b>(4) FLÜSSIGE MITTEL</b>	<b>1999</b>		<b>1998</b>
Schecks	0		399
Kassenbestand	336		349
Guthaben bei Kreditinstituten	159.344		293.758
	<b>159.680</b>		<b>294.506</b>

# ERLÄUTERUNGEN DER BILANZ

## PASSIVA

### (5) EIGENKAPITAL

Das Gezeichnete Kapital beträgt 396.460 TDM und ist eingeteilt in 7.929.200 Stück nennwertlose Inhaber-Stammaktien.

Die Kapitalrücklage entspricht dem Aufgeld aus der Kapitalerhöhung vom 18. November 1976 bei der Grundig AG in Höhe von 37.500 TDM.

Bei den Gewinnrücklagen ergab sich im wesentlichen durch bilanzielle Währungsumrechnungseffekte ein positiver Betrag in Höhe von 3.049 TDM (Vorjahr –2.341 TDM).

Im Vorjahr wurde der negative Betrag mit der Kapitalrücklage verrechnet.

In den Gewinnrücklagen sind Anteile konzernfremder Gesellschafter in Höhe von –4.994 TDM (davon Ergebnis 1999 –986 TDM) verrechnet, da mit einem Ausgleich durch den konzernfremden Gesellschafter nicht gerechnet wird.

Das Bilanzergebnis entspricht dem Konzernergebnis seit Beginn des Geschäftsjahres 1997.

### (6) RÜCKSTELLUNGEN

In den Steuerrückstellungen sind latente Steuerverbindlichkeiten in Höhe von 32.466 TDM enthalten.

In den sonstigen Rückstellungen sind u. a. Beträge für Garantieverpflichtungen, Risiken aus Schutzrechten Dritter, Personalaufwendungen, Risiken aus schwebenden Geschäften, Großreparaturen und mit 86.697 TDM Rückstellungen für Reorganisationsmaßnahmen enthalten. Die Reorganisationsmaßnahmen betreffen im wesentlichen Personalanpassungen, Assetverluste, Beratungs- und Projektabwicklungskosten und Verluste aus eingegangenen Verpflichtungen.

## ERLÄUTERUNGEN DER BILANZ

Angaben in TDM

<b>(7) VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
	Insgesamt	Insgesamt
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	73.688	40.613
davon gesichert durch Grundpfandrechte	(0)	(576)
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	18	390
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	287.657	217.518
Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel	0	43
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	6.073	2.757
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	58	–
Sonstige Verbindlichkeiten	66.209	73.927
davon aus Steuern	(33.634)	(22.881)
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(10.582)	(10.867)
	<b>433.703</b>	<b>335.248</b>

Von den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten haben 3.894 TDM eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren. Die übrigen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

<b>(8) HAFTUNGSVERHÄLTNISSE</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Wechselobligo	165	4.382
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	2	3.424
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	0	32
	<b>167</b>	<b>7.838</b>

### 9) SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Der Wert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen aus langfristigen Miet- und Leasingverträgen beträgt im Konzern 163.824 TDM.

### 10) DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Zur Absicherung von Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft nutzte Grundig Devisentermingeschäfte. Zum 31. Dezember 1999 betrug das Gesamtvolumen, umgerechnet zum Stichtagskurs, 60.566 TDM.

# ERLÄUTERUNGEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Angaben in TDM

<b>(11) UMSATZERLÖSE</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Aufgliederung nach Sparten		
Unterhaltungselektronik	2.577.471	2.565.948
Messtechnik, Bürogeräte	82.854	100.001
Mieterlöse	12.699	0
	<b>2.673.024</b>	<b>2.665.949</b>

In 1999 wurde ein neues Geschäftsfeld definiert. Es beinhaltet das Vermietungsgeschäft der Grundig AG.

	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Aufgliederung nach Regionen		
Deutschland	1.087.364	1.128.433
EU (ohne Deutschland)	1.279.576	1.201.414
Übriges Europa	241.531	255.566
Übrige Länder	64.553	80.536
	<b>2.673.024</b>	<b>2.665.949</b>

## **(12) KOSTEN DER ZUR ERZIELUNG DER UMSATZERLÖSE ERBRACHTEN LEISTUNGEN**

Dieser Posten umfasst die Herstellungskosten der verkauften Erzeugnisse und die Anschaffungskosten der verkauften Handelswaren. 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) SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE**

Diese Position enthält periodenfremde Erträge aus der Auflösung von sonstigen Rückstellungen in Höhe von 69.070 TDM (Vorjahr 42.612 TDM), aus Anlagenabgängen mit 3.497 TDM und Sonstige mit 6.979 TDM. Die Rückstellungsaufösungen betreffen mit 33.586 TDM nicht mehr erforderliche Rückstellungen für Reorganisationsmaßnahmen. Außerdem sind unter dieser Position Erträge aus der Weiterbelastung von Kosten, aus Schadens-/Regressfällen sowie aus Anlagenabgängen ausgewiesen.

## **(15) SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN**

Hier sind die Aufwendungen aus Schadensfällen, Kursaufwendungen und Aufwendungen aus der Übernahme der Grundig Digital Systems enthalten (davon 3.632 TDM periodenfremd).

## ERLÄUTERUNGEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Angaben in TDM

<b>(16) BETEILIGUNGSERGEBNIS</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	416	369
Andere Ergebnisse	-2.699	-812
davon aus verbundenen Unternehmen	(-2.086)	0
davon aus assoziierten Unternehmen	(-1.241)	(-1.293)
	<b>-2.283</b>	<b>-443</b>

<b>(17) ZINSERGEBNIS</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Erträge aus anderen Wertpapieren	0	520
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	10.035	14.030
davon aus verbundenen Unternehmen	(4)	(2.262)
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-7.421	-9.620
davon an verbundene Unternehmen	(-136)	(-1.662)
	<b>2.614</b>	<b>4.930</b>

## PERSONALAUFWAND/MITARBEITER

<b>PERSONALAUFWAND</b>	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Löhne und Gehälter	371.645	370.353
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	75.377	79.723
Aufwendungen für Altersversorgung	33.944	53.241
	<b>480.966</b>	<b>503.317</b>

<b>MITARBEITER</b> (Jahresdurchschnitt)	<b>1999</b>	<b>1998</b>
Forschung und Entwicklung	490	484
Technik	3.133	3.095
Vertrieb und Verwaltung	2.136	2.305
	<b>5.759</b>	<b>5.884</b>

## SONSTIGES

Außerplanmäßige Abschreibungen gemäß § 253 Abs. 2 Satz 3 HGB wurden in Höhe von 1.576 TDM vorgenommen.

## ANGABEN ZU VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Für das abgelaufene Geschäftsjahr 1999 beliefen sich die Bezüge der Mitglieder des Vorstands auf 2.670 TDM. Die Zahlungen an frühere Mitglieder des Vorstands und ihre Hinterbliebenen betragen 966 TDM im Geschäftsjahr. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Mitgliedern des Vorstands und ihren Hinterbliebenen sind 12.655 TDM zurückgestellt. Dem Aufsichtsrat wurden 435 TDM vergütet.

Fürth, den 9. März 2000

GRUNDIG Aktiengesellschaft

Der Vorstand  
Dr. Bruch, Bartl, Dr. Moissl

## BESTÄTIGUNGS- VERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der Grundig Aktiengesellschaft, Nürnberg, aufgestellten Konzernabschluss und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 1999 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter 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 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 Beach-

tung 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 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 der gesetzlichen Vertreter 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.

Nürnberg, den 10. März 2000

Bayerische Treuhandgesellschaft  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Dr. Merl                      Poneleit  
Wirtschaftsprüfer        Wirtschaftsprüfer

# DIE GRUNDIG AG UND IHRE KONSOLIDIERTEN BETEILIGUNGEN

**GRUNDIG AG, FÜRTH** GEZEICHNETES KAPITAL 396.460.000 DM

		Gesellschaftskapital (in TDM)	Beteiligungsverhältnis unmittelbar mittelbar (über Pos.)
<b>INLAND</b>			
<b>PRODUKTION UND ENTWICKLUNG</b>			
1	Grundig Fernseh-Video Produkte und Systeme GmbH, Nürnberg	70.000	100 %
<b>VERTRIEB</b>			
2	Grundig TV-Communications GmbH, Fürth	50	80 % 1)
<b>AUSLAND</b>			
<b>PRODUKTION UND ENTWICKLUNG</b>			
3	Grundig Audio Internacional Lda., Braga/Portugal	4.878	100 %
4	Grundig Logística Portugal Lda., Braga/Portugal	976	100 % 3)
5	Grundig Auto-Radio Portugal Lda., Braga/Portugal	2.341	100 %
6	Grundig Satellite Communications Manufacturing Ltd., Llantrisant/Großbritannien	14.931	100 % 10)
7	Grundig TV-Communications ApS, Albertslund/Dänemark	52	80 % 2)
8	Grundig Digital Systems, San Jose/Kalifornien	10	100 %
<b>PRODUKTION UND VERTRIEB</b>			
9	Grundig Austria Gesellschaft m.b.H., Wien/Österreich	99.495	100 %
10	Grundig UK Ltd., Borehamwood/Großbritannien	34.576	100 % 1)

Gesellschaftskapital (in TDM)	Beteiligungsverhältnis unmittelbar	mittelbar (über Pos.)
----------------------------------	---------------------------------------	--------------------------

## VERTRIEB

11 Grundig France S.A., Rueil-Malmaison/Frankreich	11.927	100 %	
12 Grundig Italiana S.p.A., Trento/Italien	40.404	99 %	1 % 9)
13 Grundig Portuguesa Comércio de Artigos Eletrónicos Lda., Lissabon/Portugal	4.878	100 %	
14 Grundig España S.A., Barcelona/Spanien	10.579	100 %	
15 Grundig Svenska AB, Solna/Schweden	4.556	100 %	
16 Grundig Danmark A/S, Vaerløse/Dänemark	4.717	100 %	
17 Grundig Norge A/S, Ski/Norwegen	1.933	100 %	
18 Grundig OY, Espoo/Finnland	987	100 %	
19 Grundig Nederland B.V., Amsterdam/Niederlande	7.031	100 %	
20 Grundig (Schweiz) AG, Kloten/Schweiz	2.435	100 %	
21 S.A. Grundig Belux N.V., Zaventem/Belgien	3.685	100 %	
22 Grundig Ireland Ltd., Dublin/Irland	4.967	100 %	
23 Grundig Entertainment Network Austria Ges.m.b.H., Wien/Österreich	71	100 %	
24 Grundig Magyarorszá g Kft., Budapest/Ungarn	305		100 % 9)
25 Grundig Slovensko s r.o., Bratislava/Slowakische Republik	399		100 % 9)
26 Grundig spol. s r.o., Prag/Tschechische Republik	585		100 % 9)
27 Grundig Polska, Sp.z o.o., Warschau/Polen	10.756	100 %	
28 Grundig Gulf FZE, Dubai/Vereinigte Arab. Emirate	530	100 %	
29 Grundig Business Systems Ltd., Borehamwood/Großbritannien	314		100 % 10)
30 Grundig Satellite Communications Ltd., Llantrisant/Großbritannien	3.143		100 % 10)
31 Grundig Microwave Technology Ltd., Borehamwood/Großbritannien	9.709		100 % 10)
32 Grundig International Ltd., Borehamwood/Großbritannien	18.231		100 % 10)

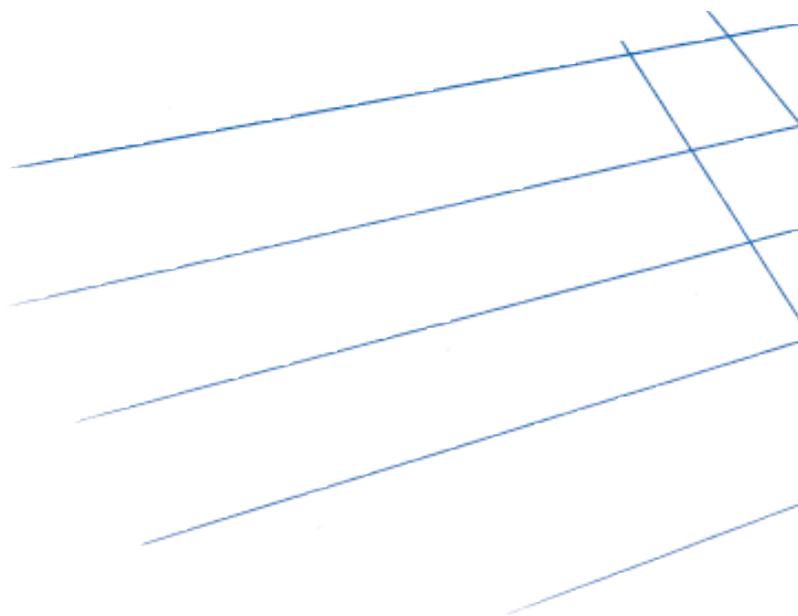
**TOCHTERUNTERNEHMEN,  
DIE WEGEN UNTERGEORDNETER BEDEUTUNG  
NICHT KONSOLIDIERT WURDEN:**

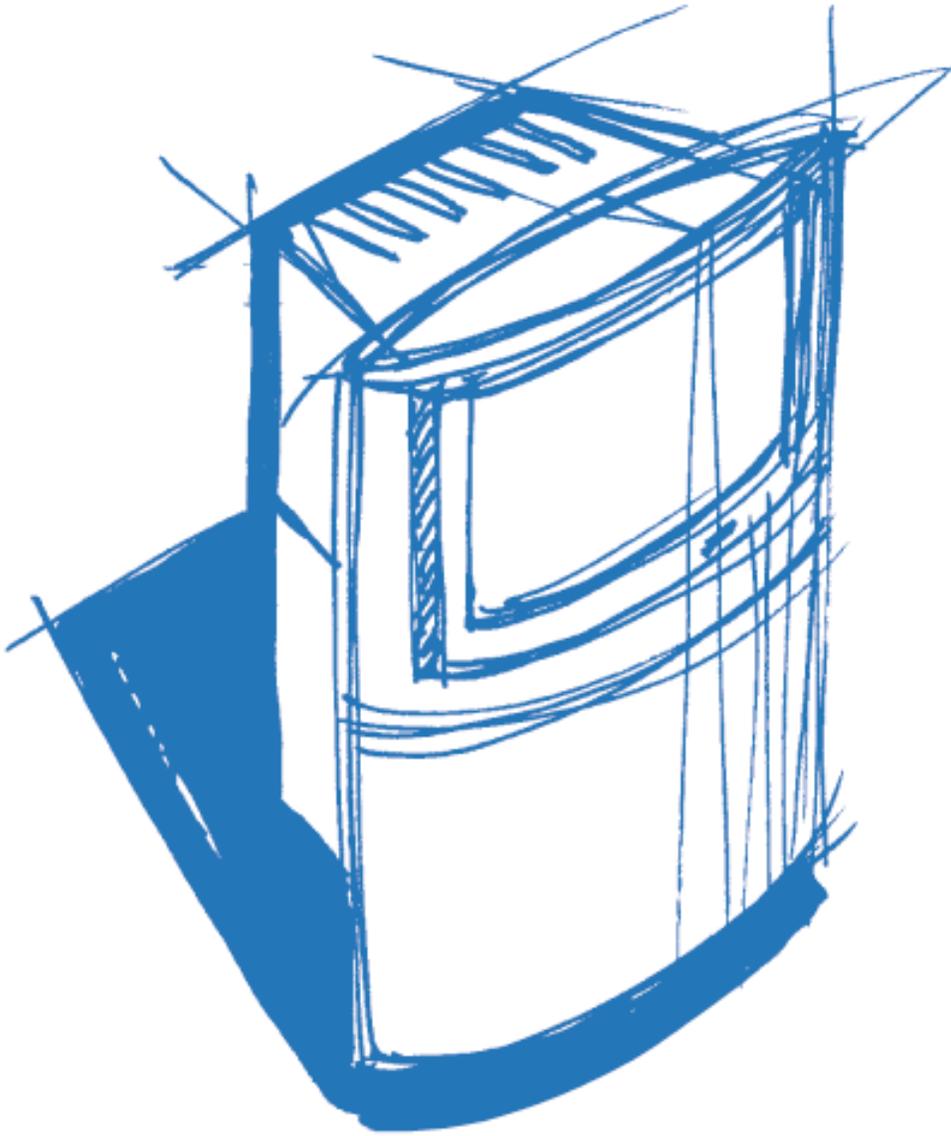
	Gesellschaftskapital (in TDM)	Beteiligungsverhältnis unmittelbar mittelbar (über Pos.)
<b>INLAND</b>		
33 Grundig Versicherungs-Service GmbH, Fürth	100	100 %
<b>AUSLAND</b>		
34 Grundig Indústria Portugal - Fábrica de Produtos Audio, Lda., Braga/Portugal*	0	100 % 3)
35 Grundig Servicos Portugal Lda., Braga/Portugal*	0	100 % 3)
36 Grundig Electronique S.A., Creutzwald/Frankreich*	298	100 %
37 Grundig Panamericana Inc., Wilmington/USA*	2	100 %
38 Grundig Business Systems Praha s r.o., Prag/Tschechische Republik*	6	100 %
39 Grundig Slovenija d.o.o., Ljubljana/Slowenien	15	100 % 9)
40 P.T. Grundig International Indonesia, Jakarta/Indonesien*	1	100 %
41 Grundig Hrvatska d.o.o., Zagreb/Kroatien	5	100 % 9)
42 Grundig Australia Pty. Ltd., Sydney/Australien	1.267	100 %

**ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN**

43 Grundig Leasing-GmbH, Hannover	3.000	49 %
-----------------------------------	-------	------

\*inaktiv





# KONZERN ABSCHLUSS

---

## AUSZÜGE IN EURO

	Seite
Bilanz	II
Gewinn- und Verlustrechnung	III
Kapitalflussrechnung	IV

Grundig AG  
Beuthener Straße 41-43  
90471 Nürnberg  
Telefon ++49(0)911/703-0  
Telefax ++49(0)911/705376

E-Mail: [info@grundig.de](mailto:info@grundig.de)  
<http://www.grundig.com>

# BILANZ

Angaben in TEU

## AKTIVA

	Anhang	1999	1998
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>			
Immaterielle Vermögensgegenstände		1.703	1.334
Sachanlagen		132.853	113.218
Finanzanlagen		5.749	5.409
	(1)	<b>140.305</b>	<b>119.961</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>			
Vorräte	(2)	185.765	195.492
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	393.184	343.777
Wertpapiere		11.264	0
Flüssige Mittel	(4)	81.643	150.579
		<b>671.856</b>	<b>689.848</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		<b>2.399</b>	<b>3.795</b>
		<b>814.560</b>	<b>813.604</b>

## PASSIVA

	Anhang	1999	1998
<b>EIGENKAPITAL</b>			
Gezeichnetes Kapital		202.707	202.707
Kapitalrücklage		19.173	17.977
Gewinnrücklagen		1.559	0
Bilanzergebnis		-44.618	-52.469
	(5)	<b>178.821</b>	<b>168.215</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>			
Rückstellungen für Pensionen		225.279	228.603
Steuerrückstellungen		21.390	26.178
Sonstige Rückstellungen		163.550	214.611
	(6)	<b>410.219</b>	<b>469.392</b>
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>	(7)	<b>221.749</b>	<b>171.410</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>		<b>3.771</b>	<b>4.587</b>
		<b>814.560</b>	<b>813.604</b>

# GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Angaben in TEU

	Anhang	1999	1998
<b>UMSATZERLÖSE</b>	(11)	1.366.695	1.363.078
Kosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	(12)	-1.149.886	-1.102.021
<b>BRUTTOERGEBNIS VOM UMSATZ</b>		<b>216.809</b>	<b>261.057</b>
Vertriebskosten		-245.305	-259.479
Allgemeine Verwaltungskosten	(13)	-6.371	-7.851
Sonstige betriebliche Erträge	(14)	59.298	24.322
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(15)	-16.560	-12.555
Beteiligungsergebnis	(16)	-1.167	-227
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		-191	-54
Zinsergebnis	(17)	1.337	2.521
<b>ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT/ JAHRESÜBERSCHUSS</b>		<b>7.850</b>	<b>7.734</b>
Ergebnisvortrag		-52.468	-60.203
<b>BILANZERGEBNIS</b>		<b>-44.618</b>	<b>-52.469</b>

# KAPITALFLUSSRECHNUNG

Angaben in TEU

	1999	1998
Jahresüberschuss	7.851	7.734
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	40.171	48.421
Ergebnisse aus dem Abgang von Gegenständen im Anlagevermögen	-1.614	-699
Abnahme von Rückstellungen	-59.174	-53.540
Zunahme der Vorräte und Forderungen sowie anderer Aktiva	-38.284	-2.568
Zu-/Abnahme der Verbindlichkeiten sowie anderer Passiva	32.613	-4.291
<b>MITTELABFLUSS AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	<b>-18.437</b>	<b>-4.943</b>
Erlöse aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	4.315	6.006
Ausgaben für Investitionen in das Anlagevermögen	-62.208	-37.036
<b>MITTELABFLUSS AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT</b>	<b>-57.893</b>	<b>-31.030</b>
Erhöhung der Bankverbindlichkeiten	16.911	5.372
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung bei der Grundig AG	0	68.493
<b>MITTELZUFLUSS AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT</b>	<b>16.911</b>	<b>73.865</b>
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	-59.419	37.890
Wechselkursbedingte Wertänderungen	1.748	-682
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	150.578	113.370
<b>FINANZMITTELBESTAND AM ENDE DER PERIODE</b>	<b>92.907</b>	<b>150.578</b>