

## MITTEILUNG FÜR UNSERE AKTIONÄRE UND ANDERE INTERESSIERTE FREUNDE

In der zweiten Hälfte des Jahres 2002 schafften wir es, Motorola wieder in die Gewinnzone zurückzuführen. Ungeachtet der rückläufigen Umsätze gelang uns eine Trendwende bei der Profitabilität, wodurch wir einen deutlichen Vorlauf der Gewinndynamik vor erneutem Umsatzwachstum erreichten. Motorola übertraf die weitaus meisten der finanziellen Zieldaten, die wir in uns in der mittleren Phase unseres Umschwungs im Jahre 2002 gesetzt hatten.

Die Bruttogewinnspanne hat sich vergrößert, die Gemeinkosten sind gesunken, die Betriebshandelsspanne ist gestiegen, bei unseren liquiden Betriebsmitteln konnten wir positive Zahlen verzeichnen, und unsere Schulden haben abgenommen.

### FINANZERGEBNIS

Unsere Umsatzerlöse sanken auf 26,7 Milliarden Dollar, verglichen mit 29,9 Milliarden Dollar im Jahre 2001. Nach allgemein anerkannten Grundsätzen der Rechnungslegung (GAAP) ermittelten wir Nettoverluste in Höhe von 2,5 Milliarden Dollar, verglichen mit einem Nettoverlust in Höhe von 3,9 Milliarden Dollar im vorherigen Jahr. Der Fehlbetrag je Aktie belief sich auf \$(1,09), verglichen mit einem Fehlbetrag je Aktie von \$(1,78) im Jahre 2001.

In den Verlusten der Jahre 2002 und 2001 waren Sonderposten eingeschlossen, die größtenteils dazu gedacht waren:

- > Eine Umstrukturierung mit dem Ziel der Kostensenkung und der Produktivitätsverbesserung zu erreichen; und
- > Eine Neubewertung von Vermögenswerten zu ermöglichen, die nach GAAP-Regeln aufgrund der absinkenden Werte erforderlich wurde.

Sonderposten verursachten im Jahre 2002 Nettoaufwendungen in Höhe von 2,8 Milliarden Dollar nach Steuerabzug, verglichen mit 3,3 Milliarden Dollar nach Steuerabzug im Jahre 2001. Wenn man die Sonderposten unberücksichtigt lässt, konnte das Unternehmen im Jahre 2002 Nettoerträge in Höhe von 314 Millionen Dollar oder \$0,14 pro Aktie verzeichnen, was Nettoverlusten in Höhe von 697 Millionen Dollar oder \$(0,31) je Aktie im Jahre 2001 gegenübersteht.

Die obigen Zahlen illustrieren unser Bemühen, uns als Unternehmen selbst angesichts der wirtschaftlich schwierigen Zeiten und eines weiterhin deutlichen Rückgangs in den meisten High-Tech Märkten zu behaupten. Wir konzentrieren uns nicht nur aktiv und zielbewusst darauf, die Rentabilität und das Wachstum unseres Unternehmens wiederherzustellen, sondern bemühen uns auch, dem Ruf unseres 74-Jahre alten Betriebs als eines auf moralischen Grundsätzen betriebenen, globalen Unternehmens gerecht zu bleiben.

Eine Gegenüberstellung von nicht nach GAAP-Prinzipien errechneten Daten und nach GAAP-Richtlinien errechneten Werten befindet sich auf den Seiten 27-30. Die vollständigen Daten können Sie in den Aktionärsinformationen nachlesen.

### DER FÜNF-PUNKTE-PLAN

Der im Jahre 2001 eingeführte Fünf-Punkte-Plan hat uns sehr dabei geholfen, uns auf die wichtigsten Punkte zur Förderung rentablen Wachstums zu konzentrieren:

1. Aktive Konzentration auf die Bilanz.
2. Senkung unserer Break-Even Schwelle, und zwar durch die Reduzierung von allgemeinen, verwaltungstechnischen, herstellungsbedingten und Verkaufskosten
3. Kontinuierliche Stärkung unseres Management-Teams
4. Verfolgen von Wachstumsstrategien durch die Entwicklung von innovativen Produkten, Software-Anwendungen und die Festigung von Kundenbeziehungen.
5. Ständige kritische Überprüfung unserer strategischen Optionen und unseres Geschäftsportfolios

#### 1. Konzentration auf die Bilanz

Die Zahlen sprechen für sich. Wir haben 8 Quartale hintereinander positive Zahlen im Bereich des Betriebs Cashflows verzeichnen können; im Jahre 2002 ist es uns gelungen, 1,3 Milliarden Dollar und im Jahre 2001 2 Milliarden Dollar zu erwirtschaften. Unsere Netto-Außenstände wurden von 4,4 Milliarden auf 4,6 Milliarden Dollar gesenkt. Und es ist uns gelungen, unsere Nettoschulden von 3,1 Milliarden auf 2,3 Milliarden Dollar zu

reduzieren. Das Verhältnis von Nettoschulden zu Nettoschulden Plus Equity konnten wir von 18,4% im vierten Quartal des Jahres 2001 auf 16,7% im vierten Quartal des Jahres 2002 senken.

Am Ende des Jahres verzeichneten wir über 6,5 Milliarden Dollar in Barmitteln, bargeldnahen und kurzfristigen Anlagen in aller Welt. Von dieser Gesamtsumme befanden sich 4,2 Milliarden Dollar in den Vereinigten Staaten, nachdem etwa 3 Milliarden Dollar aus Übersee im Verlaufe des Jahres auf amerikanische Konten überwiesen worden waren.

## **2. Senkung der Break-Even Umsatzschwelle**

Auch hier sprechen die Zahlen für sich selbst. Im Jahre 2002 konnten wir unsere Break-Even Schwelle weiterhin senken und haben seit Beginn unserer Restrukturierungsmaßnahmen Ende 2000 eine 25% ige Reduzierung erreichen können. Wir sind überzeugt, im Jahre 2003 die Break-Even Schwelle noch weiter senken zu können.

## **3. Stärkung des Management-Teams**

Im Jahre 2002 haben wir unser Team durch qualifizierte neue Mitarbeiter ergänzt und uns gleichzeitig um die Weiterbildung unserer bestehenden Belegschaft gekümmert. Vom Anfang bis zum Ende des vergangenen Jahres wurden 12 der 18 leitenden Führungspositionen mit neuen Mitarbeitern besetzt. Gleichzeitig konnten wir 97% unserer 200 leistungsstärksten Führungskräfte behalten. Im Zuge unserer Suche nach geeigneten Führungskräften bedienten wir uns eines rigorosen Einstufungsprozesses, bei dem 1 200 leitende Angestellte ihren Fähigkeiten gemäß eingestuft wurden. Hierdurch wird gewährleistet, dass wir Mitarbeiter, die über die jeweils notwendige Begabung, Qualifikation, Motivation und Reputation verfügen, auf interner und auf externer Ebene stets lokalisieren und ihren Fähigkeiten entsprechend einsetzen können.

Im Laufe des Jahres gelang es uns, nach diesem Prinzip auf schnelle und effektive Weise die Stellen des Betriebsleiters und Hauptgeschäftsführers, des Leiters der Finanzabteilung, und vier Vorsitzende von Geschäftssektoren neu zu besetzen. Wir stellen ihnen hier die folgenden drei neuen Mitglieder der Motorola-Familie vor:

- > David Devonshire, Geschäftsführender Vizepräsident und Finanzleiter, ehemals Finanzleiter bei der Owens-Corning und Ingersoll-Rand Company.
- > Greg Brown, Geschäftsführender Vizepräsident von Motorola und Betriebsleiter und leitender Geschäftsführer unserer Abteilung Commercial, Government and Industrial Solutions – ehemals Vorsitzender und leitender Geschäftsführer von Micromuse Inc., einem führenden Anbieter von Dienstleistungs- und Geschäftsgewährleistungssoftware.
- > Dennis Carey, Geschäftsführender Vizepräsident von Motorola und Betriebsleiter und leitender Geschäftsführer unserer Abteilung Integrated Electronic Systems – ehemals geschäftsführender Vizepräsident der Abteilung Geschäftsentwicklung, Geschäftsstrategien und Unternehmensbetrieb bei The Home Depot, Inc.

## **4. Verfolgen von Wachstumsstrategien**

Im Jahre 2002 investierten wir 3,8 Milliarden Dollar in Forschung und Entwicklung. Mit diesen Geldern finanzieren wir die Entwicklung neuer Produkte und Software-Anwendungen, die zum Aufbau einer globalen Gesellschaft beitragen und das Wachstum unseres Unternehmens auch in der Zukunft sicherstellen.

## **5. Analyse unserer strategischen Optionen und unseres Portfolios**

Im Laufe der vergangenen zwei Jahre haben wir 6 Unternehmen aufgekauft, sechs Unternehmen abgestoßen und in über 40 andere Betriebe investiert. Dies zeigt deutlich, dass wir uns von solchen Unternehmen trennen, die in unserem strategischen Konzept keine wichtige Funktion mehr einnehmen. Gleichzeitig bemühen wir uns aktiv um den Ankauf strategisch vorteilhafter Firmen und investieren unsere Mittel in technologische Partnerunternehmen.

Zu Beginn des Jahres 2003 überprüften und adaptierten wir unseren Fünf-Punkte-Plan um zu berücksichtigen, was wir aus den Erfahrungen des Jahres 2002 gelernt haben. Im Jahr 2003 werden wir uns auf die folgenden Punkte konzentrieren:

1. Die nachdrückliche Verbesserung des Management-Teams *und des Arbeitsumfeldes*.
2. Die aktive Konzentration auf eine Stärkung der Bilanz *und die Schaffung von Bargeldmitteln*.
3. *Intensive Suche nach kostengünstigen, qualitativ überzeugenden Lösungen mit dem Ziel zufriedener Kunden*.
4. Wachstumsorientierung durch das Angebot rentabler, innovativer Erzeugnisse, *Systeme* und Software und die Pflege von Kundenbeziehungen.
5. Die ständige *Überprüfung und Verbesserung unserer Geschäftsstrategien* und unseres Portfolios.

#### **RÜCKKEHR ZUM WACHSTUM**

Wir erwarten, dass unser Unternehmen ein Wachstum verzeichnen wird, wie es für die Zeit vor dem künstlich erzeugten Boom der Telekom- und Dot.com Periode Ende der 90er Jahre und dem darauf folgenden Niedergang in den Jahren 2001 und 2002 typisch war: ein kontinuierliches, rational erklärbares Wachstum, bei dem wirkliche Erzeugnisse für wirkliche Bedürfnisse auf wirklich existierenden Märkten angeboten werden. Wir sind überzeugt, dass unsere Märkte wieder zu einem soliden, beständigem Wachstum zurückfinden werden.

In den meisten Märkten, die wir mit unseren Produkten bedienen, nehmen wir mit unserem Marktanteil die erste oder zweite Stelle ein. Und innerhalb dieser Märkte zählen bereits 9 Anbieter von Kabelservices, die weltweit eine Spitzenposition einnehmen, zu unseren Kunden. Außerdem gehören 17 von 18 Spitzenanbietern von Drahtlosdienstleistungen zu unserem Kundenstamm, 7 von den 10 Spitzen-Autoherstellern der Welt, eine beeindruckende Zahl von Behörden für öffentliche Sicherheit, sowie 10 von 11 Spitzenherstellern von Kommunikations-Netzwerkgeräten.

Im Jahre 2002 nahmen wir die zweite Stelle im Bereich drahtloser Handapparate ein und waren die Nummer Eins in der Halbleiter-Herstellung für die Märkte der Drahtlos-Kommunikation, der Spedition und der Netzwerk-Kommunikation. Wir waren ebenfalls die Nummer Eins im Bereich der Funksprechgeräte, der digitalen Breitband Set-Top Terminals und der Kabelmodeme, und die Nummer Eins in der Herstellung integrierter elektronischer Systeme für Telematics, einer Technologie des Automobilmarktes, die automatische Pannenhilfe, Navigationssysteme und spezielle Sicherheitsmerkmale zur Verfügung stellt.

Diese führenden Positionen im Markt und unsere dauerhaften Beziehungen zu unseren Kunden werden uns ein sicheres Wachstum ermöglichen.

Für das Jahr 2003 rechnen wir mit bescheidenem Wachstum in Höhe von etwa 3%. Darüberhinaus erwarten wir, dass sich die Wachstumsraten im Zuge einer Stabilisierung der allgemeinen Lage und infolge unserer strategischen Pläne weiterhin verbessern werden.

#### **ERNEUTE VERLEIHUNG DER BALDRIGE AUSZEICHNUNG**

Im Jahre 1987 setzte der amerikanische Congress den Malcolm Baldrige National Qualitätspreis aus, mit dem herausragende Geschäftstätigkeiten honoriert werden. Im Jahre 1988 wurde dieser Preis zum erstenmal verliehen, und zwar an Motorola. Und im Jahre 2002 wurde unsere Abteilung Commercial, Government and Industrial Solutions – der Geschäftszweig, der sich mit der nationalen Sicherheit befasst – mit diesem Preis ausgezeichnet.

Die Abteilung wurde in sieben Kategorien bewertet: Führungsqualitäten, strategische Planung, Konzentration auf den Markt und auf die Kunden, Information und Analyse, Personal, Verfahrenskoordination und Geschäftsergebnis.

Wir haben diesen Erfolg unseren Mitarbeitern zu verdanken. Es ist eine Auszeichnung, die unser Engagement für unsere Kunden unter Beweis stellt und zeigt, dass wir in wirkungsvoller Weise dazu beitragen, dem Bedürfnis nach nationaler Sicherheit in aller Welt entgegenzukommen.

#### **VERÄNDERUNGEN**

Im Jahre 2002 durften wir zwei neue unabhängige Mitglieder in unserem Direktoriengremium begrüßen: Sandy Warner, ehemals Vorsitzender der J. P. Morgan Chase & Co. und Indra Nooyi, Betriebsleiterin und Finanzchefin der PepsiCo. Inc.

Mr. Warner leitete die Umwandlung von J.P. Morgan in eine vollkommen integrierte Investitionsbank und übersah nach der Fusion von J.P. Morgan und Chase Manhattan im Jahre 2001 die Gründung eines der größten Finanzdienstleistungsunternehmen in den Vereinigten Staaten.

Ms. Nooyi rangierte in der von der Zeitschrift *Fortune* aufgestellten Liste der 50 einflussreichsten Geschäftsfrauen des Jahres 2002 an vierter Stelle – eine Tatsache, die ihre bedeutsame Funktion bei der strategischen Umwandlung der PepsiCo illustriert. Von 1986 bis 1988 arbeitete Ms. Nooyi in unserer Automobil-Abteilung, war Vizepräsidentin und Direktorin von Motorolas Abteilung für Unternehmensstrategien und Planung und nahm vor ihrer Anstellung bei der PepsiCo. die Position der leitenden Vizepräsidentin in der Sektion Unternehmensstrategie und strategisches Marketing bei Asea Brown Boveri ein.

#### **MELLENSTEIN**

Im Jahre 2003 dürfen wir den 75. Geburtstag der Gründung von Motorola feiern. Im Jahre 1928 wurde das Unternehmen mit 565 Dollar in Bargeld, 750 Dollar für Werkzeuge und einem Entwurf für unser erstes Produkt als Gesellschaft offiziell eingetragen. Nach nunmehr 75 Jahren haben wir uns eine führende Rolle innerhalb der Technologiebranche erobert und helfen dabei, am Aufbau einer globalen Gesellschaft mitzuwirken, die für die Gründer des Unternehmens noch unvorstellbar gewesen wäre. Nach wie vor lassen wir uns von moralischen Grundsätzen leiten und konzentrieren uns auf die Realisierung vorwärtsschauender Pläne, mit Hilfe derer wir unsere Konkurrenzunternehmen überflügeln, Gewinne erzielen, Barmittel generieren und unser Wachstum ankurbeln werden. Unser Fünf-Punkte-Plan zur Stärkung des Aktienwerts wurde in einer Zeit entworfen, in der wir uns mit ernsthaften Schwierigkeiten auseinandersetzen mussten. Doch mit diesem Plan berufen wir uns auf unsere belegten und erwiesenen Stärken. Es geht um Qualitätsmanagement, eine starke Bilanz, das Niedrighalten von Kosten, kontinuierliches Wachstum und eine ständige Überprüfung unserer strategischen Optionen. Das ist unser erprobtes Rezept zur Steigerung des Wertzuwachses für unsere Aktionäre. Und an dieses Rezept halten wir uns - Tag für Tag.



**CHRISTOPHER B. GALVIN**

Vorstandsvorsitzender und  
leitender Geschäftsführer



**MIKE S. ZAFIROVSKI**

Betriebsleiter und  
Hauptgeschäftsführer

