

MEDION[®]



Geschäftsbericht 2008

MEDION AG

MEDION AG Konzern in Zahlen

Werte in Mio.€	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006	01.01.- 31.12.2005	01.01.- 31.12.2004
Umsatz	1.604	1.659	1.605	2.527	2.624
- Inland	1.091	1.118	1.076	1.699	1.549
- Ausland	513	541	529	828	1.075
Umsätze nach Bereichen					
- PC/Multimedia	1.008	1.136	1.115	1.799	1.919
- Unterhaltungselektronik/ Dienstleistungen	596	523	490	728	705
EBIT	34	29	-94	22	88
davon: Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0	0	100,0	20,5	0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	26	20	-65	9	49
Bilanzsumme	700	811	843	829	867
Eigenkapitalquote	50,7%	44,4%	43,4%	53,3%	52,6%
Mitarbeiter	1.072	1.138	1.298	1.551	1.426
Personalaufwand	47	47	52	60	63
Aktienbezogene Daten					
Grundkapital	€ 48.418.400				
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000				
ISIN	DE0006605009				
Wertpapier-Kenn-Nr.:	660500				
Notierungen	XETRA, Frankfurt am Main				
Indizes	Prime Standard All share, SDAX, CDAX, DOW JONES STOXX, GEX, Prime Industrial				
Streubesitz	45%				
Ergebnis je Aktie (in €)	0,57	0,42	-1,35	0,19	1,01
Durchschnittliche Aktienanzahl	45.952.956	47.973.063	48.418.400	48.418.400	48.418.400
Dividende je Aktie (in €)	0,15	0,15	0,00	0,19	0,55

Geschäftsbericht 2008

MEDION AG



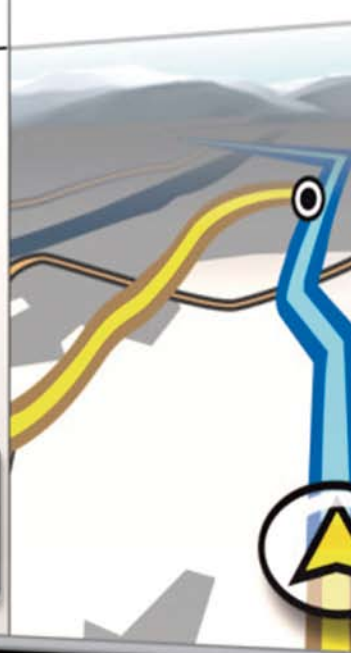
Inhalt

1	Vorwort des Vorstandes	_____	6
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	10
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	15
4	Design und Marketing	_____	26
5	Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG	_____	58
6	MEDION-Aktie	_____	110
7	Konzernabschluss der MEDION AG	_____	116
8	Konzernanhang der MEDION AG	_____	128
9	Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer	_____	178
10	Einzelabschluss der MEDION AG	_____	180
11	Finanzkalender	_____	185

Impressum



1.3 km



M

110 km/h
Ø 92 km/h

2009

X5535



1	Vorwort des Vorstandes	_____	6
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	10
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	15
3.1	Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat	_____	15
3.2	Entsprechenserklärung	_____	16
3.3	Vorstand und Aufsichtsrat	_____	17
3.4	Internet-Informationen und -Services für die Aktionäre/Hauptversammlung	_____	21
3.5	Compliance	_____	23
3.6	Rechnungslegung und Abschlussprüfung	_____	25

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Verlauf des Jahres 2008 zeigte eine zunehmende Verschlechterung des konjunkturellen Umfelds im Euroraum und in Deutschland. Vor diesem Hintergrund ist das abgelaufene Geschäftsjahr 2008 für den MEDION-Konzern insgesamt erfolgreich verlaufen.

Gutes Ergebnis in schwierigem wirtschaftlichem Umfeld

Nachdem noch im Neunmonatszeitraum 2008 das anvisierte Umsatzwachstum erreicht wurde, haben allein zum Jahresende 2008 ausgebliebene Aufträge insgesamt zu einem leichten Umsatzrückgang auf € 1,6 Mrd. geführt. Entscheidender ist für uns jedoch, dass wir beim Ergebnis – trotz der volkswirtschaftlichen Belastungen – die prognostizierten Ziele erreicht haben. Das um 20,7 % auf € 34,4 Mio. angestiegene operative Ergebnis sowie ein verbessertes Zinsergebnis führten zu einem um 30 % gestiegenen Konzernjahresüberschuss in Höhe von € 26,4 Mio. Wir werden daher der Hauptversammlung am 15. Mai 2009 einen Dividendenvorschlag in Höhe von 15 Cent je Aktie unterbreiten.

Dabei haben insbesondere zwei Faktoren die Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr beeinflusst. Zum einen hielt der Preisverfall in den für MEDION wesentlichen Produktgruppen wie z. B. Notebooks, Desktop-PCs und mobilen Navigationsgeräten an. Zum anderen war spätestens seit dem 2. Quartal 2008 erkennbar, dass der durch die Auswirkungen der Finanzmarktkrise ausgelöste weltweite Wirtschaftsabschwung auch auf den für MEDION relevanten Märkten in Europa zu einer Verunsicherung der Kunden und zu einem Rückgang der Kaufbereitschaft bei langlebigen Wirtschaftsgütern der Konsumenten führte.

Weiterentwicklung Geschäftsmodell

Durch die klare Ausrichtung des MEDION-Konzerns auf ein effizientes Produkt- und Kundenportfolio sowie die Erweiterung des Projektgeschäftes mit Hardware durch digitale Inhalts- und Dienstleistungsangebote konnte unsere Wettbewerbsposition verbessert werden. Unterstützt wurde dies durch fokussierte Marketingaktivitäten zur Stärkung der Marke und der Kernbotschaften des Konzerns hinsichtlich Qualität, Design und Service.

MEDION stellt sich Ihnen damit heute als auf zwei Säulen strategisch ausgerichteter und auf Kernkompetenzen fokussierter Konzern dar.

So ist für die Industrie und den Handel die schnelle Umsetzungskapazität großvolumiger Projekte auch bei neuen technologischen Entwicklungen der Consumer-Electronics-Industrie entscheidend. Beispielhaft sei hier der Erfolg des im Juli 2008 eingeführten MEDION Mini Notebooks E1210 erwähnt, das sich in ganz Europa großer Beliebtheit erfreut und beste Testresultate sowie mehrfache Testsiege erzielen konnte.

Die zweite Säule des MEDION-Geschäfts betrifft den deutlich angestiegenen Umsatzanteil im Bereich der komplementären Dienstleistungen. Hier sind das Prepaid-Mobilfunkgeschäft sowie unsere Aktivitäten im Bereich digitaler Content gebündelt. Dieser erst im 3. Jahr zum MEDION-Konzern gehörende Bereich trägt bereits heute positiv zur Umsatz- und Ertragsentwicklung bei.

Design- und Wettbewerbsauszeichnungen

Auch in 2008 haben die Konsumenten die designorientierte Ausrichtung der MEDION-Produkte durch gute Nachfrage gewürdigt. Darüber hinaus haben wir weitere Designauszeichnungen erhalten, so dass wir für die in 2007 eingeführte neue MEDION-Designlinie bis heute bereits über 60 so genannte Design-Awards erhalten haben. Auch für unsere Kompetenz bei innovativen Technologien und benutzerfreundlichen Anwendungen haben wir im digitalisierten PC- und Consumer-Electronics-Markt im In- und Ausland wieder zahlreiche sehr gute Testergebnisse erhalten.

Und nicht zuletzt sei erwähnt, dass MEDION mit seinen sehr effizienten Kosten- und Verwaltungsstrukturen das Geschäft im Jahr 2008 ohne die Aufnahme von Krediten aus der starken Eigenkapitalbasis finanzieren konnte. Auch unter Berücksichtigung des in 2007 und 2008 durchgeführten Rückkaufs eigener Aktien verfügt der MEDION-Konzern am 31. Dezember 2008 über einen 50%igen Eigenkapitalanteil an der Bilanzsumme.

Weltweite Rezession in 2009

Das Jahr 2009 steht in Deutschland und im Euroraum im Zeichen der weltweiten Rezession. Ein deutlicher Rückgang der Bruttoinlandsprodukte und eine erhöhte Arbeitslosigkeit können zu einer Belastung der Binnennachfrage und damit des Konsumverhaltens der privaten Verbraucher führen. Alle relevanten Indizes weisen auch für die nächsten Monate auf eine Verunsicherung der Industrie, des Handels und der Verbraucher hin. Die weltweit verabschiedeten Maßnahmen zur Stabilisierung und Wachstumsstärkung werden sich in 2009 frühestens in der 2. Jahreshälfte auswirken. Wie bei allen führenden Herstellern und Anbietern von Consumer-Electronics-Produkten ist auch für MEDION zurzeit eine verlässliche Prognose für das Geschäftsjahr 2009 nur schwer möglich.

Wir werden gemeinsam mit den hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im MEDION-Konzern alles daransetzen, das erfolgreiche Geschäftsmodell sowie unsere Marke weiterzuentwickeln, um auch in Zeiten mit außergewöhnlichen volkswirtschaftlichen Belastungen erfolgreich am Markt zu agieren.

Der Vorstand der MEDION AG dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Konzern für ihr Engagement und ihre Begeisterung für die Marke und die Produkte von MEDION, die damit vor dem Hintergrund der großen Herausforderungen des wirtschaftlichen Umfelds einen wesentlichen Baustein für den wirtschaftlichen Erfolg darstellen.

Wir werden in dieser schwierigen gesamtwirtschaftlichen Situation alle Anstrengungen unternehmen, um MEDION gut positioniert zu halten, und bitten Sie, uns auf diesem Weg als Konsument, Partner und Aktionär der Gesellschaft zu begleiten.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen



Dr. Knut Wolf

2 Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2008 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In alle Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, wurde der Aufsichtsrat unmittelbar und frühzeitig eingebunden.

Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat in schriftlichen und mündlichen Berichten regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung und strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, die Lage des Konzerns einschließlich der Risikolage sowie über das Risikomanagement. Abweichungen des Geschäftsverlaufes von den aufgestellten Plänen und Zielen wurden dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde mit dem Aufsichtsrat abgestimmt. Alle für das Unternehmen bedeutenden Geschäftsvorgänge sind anhand der Berichte des Vorstandes im Aufsichtsrat ausführlich erörtert worden.

Im Geschäftsjahr 2008 fanden sechs turnusmäßige Aufsichtsratssitzungen statt. An sämtlichen Sitzungen haben alle Mitglieder des Aufsichtsrates teilgenommen. Darüber hinaus gab es auf Seiten der Aufsichtsratsmitglieder mehrere interne Vorgespräche und Nachbereitungen der Sitzungen. Über Projekte und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen ausführlich informiert. Darüber ist – sofern erforderlich – im schriftlichen Verfahren beschlossen worden.

Schwerpunkte der intensiven Beratungen waren neben der regelmäßigen Erörterung der geschäftlichen Entwicklung im Vergleich zu den Planungen in der Sitzung am 21. Januar 2008 die Verabschiedung einer detaillierten Planung für das laufende Geschäftsjahr. Darüber hinaus haben wir Möglichkeiten der Geschäftserweiterung diskutiert.

Die Sitzung am 3. März 2008 diente in erster Linie der Behandlung des Jahres- und des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2007 sowie der Vorbereitung der Hauptversammlung am 14. Mai 2008.

Die Sitzung am 14. Mai 2008 haben wir genutzt, um die aktuelle Geschäftslage mit den Planungsansätzen abzugleichen. Weitere Schwerpunkte der Sitzung am 10. September 2008 waren neben den Ausführungen des Vorstandes zur Entwicklung der Geschäftslage die Wiederbestellung von Gerd Brachmann und Christian Eigen und die Verlängerung der in 2008 auslaufenden Vorstandsverträge um fünf Jahre. Der Vorstandsvertrag und die Bestellung von Herrn Dr. Wolf wurden um ein Jahr verlängert. In diesem Zusammenhang hatte der Aufsichtsrat über die Struktur der Vorstandsvergütung, über die im folgenden Abschnitt „Corporate Governance“ auf den Seiten 18 und 19 berichtet wird, eingehend diskutiert und diese einvernehmlich verabschiedet.

Auf der Sitzung am 1. Dezember 2008 wurde über die Fortführung des Aktienrückkaufprogramms diskutiert.

Auf der Sitzung am 3. Dezember 2008 wurden vorläufige Erkenntnisse zu der Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres und Vorstellungen des Vorstandes zur Entwicklung des Geschäftsmodells angesichts stark eingetrübter Konjunktur- und Konsumaussichten erörtert. Des Weiteren befasste sich der Aufsichtsrat mit dem Bericht des Vorstandes über ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren gegen einen im September 2008 ausgeschiedenen Mitarbeiter der 1. Führungsebene im MEDION-Konzern.

Auch außerhalb der Sitzungen stand insbesondere der Aufsichtsratsvorsitzende in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand und ließ sich auf der Grundlage von zeitnahen Zwischenzahlen über die aktuelle Entwicklung der Geschäfte und über wesentliche Geschäftsvorfälle informieren.

Gegenstand regelmäßiger Beratungen im abgelaufenen Geschäftsjahr war der Deutsche Corporate Governance Kodex, insbesondere mit den Änderungen vom 6. Juni 2008. Vorstand und Aufsichtsrat haben in der Sitzung am 3. Dezember 2008 den Bericht der Gesellschaft zu Corporate Governance und Compliance zur Kenntnis genommen und eine aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben. Diese Entsprechenserklärung wurde den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Aus der Entsprechenserklärung geht hervor, dass die MEDION AG nur in einem Punkt, nämlich in der Ausschussbildung des Aufsichtsrates, vom Kodex abweicht.

Da der Aufsichtsrat nur aus drei Personen besteht, entfiel die Notwendigkeit der Bildung von separaten Ausschüssen. Nicht mehr aktuelle Entsprechenserklärungen zum Kodex werden ebenfalls auf der Internet-Seite der Gesellschaft für eine Dauer von fünf Jahren zugänglich gehalten. Der Corporate-Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex kann dem nachfolgenden Kapitel entnommen werden.

Der Aufsichtsrat hat sich gemäß Ziffer 5.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex verpflichtet, regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit zu überprüfen. Dies erfolgte fortlaufend und insbesondere in seiner Sitzung am 3. Dezember 2008 anhand der Auswertung eines jedem Mitglied des Aufsichtsrates vorab zugeleiteten detaillierten Fragebogens. Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

- Verfahrensabläufe und Aufgabenverteilung im Aufsichtsrat
- Wahrnehmung der Beratungs-, Überwachungs- und Prüfungsaufgabe insbesondere hinsichtlich der Rechnungslegung und Abschlussprüfung
- Informationsversorgung durch den Vorstand
- Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Ergebnisse waren Grundlage für eine weitere Optimierung der Arbeit des Aufsichtsrates.

Der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2008 bis 31. Dezember 2008 und der Lagebericht (gemäß § 315 Abs. 3 HGB zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht) der MEDION AG wurden von der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, geprüft. Den Prüfauftrag hat der Aufsichtsrat entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2008 vergeben. Der Abschlussprüfer erteilte einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Der Konzernabschluss der MEDION AG wurde gemäß § 315 a HGB auf der Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt. Der Abschlussprüfer versah auch diesen Konzernabschluss und den Konzernlagebericht mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Das Auftragsverhältnis zwischen der MEDION AG und der Prüfungsgesellschaft hat die Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex erfüllt. Dem Aufsichtsrat liegt eine Unabhängigkeitserklärung der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, vor. Darin wurde bestätigt, dass keinerlei berufliche, finanzielle oder sonstige Beziehungen zur MEDION AG und zu ihren Organen bestehen, die Zweifel an der Unabhängigkeit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft begründen könnten.

Darüber hinaus hat der Abschlussprüfer das bei der MEDION AG bestehende Risikomanagementsystem geprüft. Er bescheinigt der MEDION AG, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen getroffen hat und das Risikofrühwarnsystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden können, frühzeitig zu erkennen.

Auch der Aufsichtsrat konnte sich davon überzeugen, dass der Vorstand angemessene Maßnahmen zur Risikofrüherkennung ergriffen und insbesondere ein Überwachungssystem installiert hat.

Die Jahresabschlussunterlagen und Prüfungsberichte gingen allen Aufsichtsratsmitgliedern zu. Sie waren in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 11. März 2009 Gegenstand ausführlicher Beratung. Der Abschlussprüfer, der bereits im Vorfeld Fragen des Aufsichtsrates beantwortet hatte, nahm an der Sitzung teil, berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfungen und stand dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte zur Verfügung.

Nach seiner eigenen Prüfung des Jahresabschlusses der MEDION AG, des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichtes hat der Aufsichtsrat die Berichte des Abschlussprüfers zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind vom Aufsichtsrat keine Einwendungen zu erheben. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der MEDION AG sowie den Konzernabschluss hat der Aufsichtsrat am 11. März 2009 gebilligt. Der Jahresabschluss der MEDION AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstandes, den Bilanzgewinn von T€ 30.725 zur Zahlung einer Dividende von € 0,15 je dividendenberechtigter Stückaktie zu verwenden und den verbleibenden Betrag in Höhe von T€ 23.938 in die Gewinnrücklagen einzustellen, stimmen wir nach unserer eigenen Prüfung zu. Die vorgeschlagene Gewinnausschüttung halten wir einerseits im Hinblick auf den erwirtschafteten Gewinn und andererseits unter Berücksichtigung des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds für angemessen.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der MEDION AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2008 erstellt und dem Aufsichtsrat ausgehändigt. Der Abschlussprüfer hat auch diesen Bericht geprüft, das Ergebnis seiner Prüfung schriftlich festgehalten und folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichtes richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Die Überprüfung dieses Berichtes durch den Aufsichtsrat hat zu keinen Beanstandungen geführt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Hiernach und nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung erhebt der Aufsichtsrat gegen die Erklärung des Vorstandes am Schluss des Berichtes über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen keine Einwendungen.

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine Veränderungen im Aufsichtsrat und im Vorstand der MEDION AG.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der MEDION AG im In- und Ausland für ihre erfolgreiche Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Essen, im März 2009

Der Aufsichtsrat



Dr. Rudolf Stütze
Vorsitzender

3.1 Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat

Über die Corporate Governance bei MEDION berichtet der Vorstand – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex wie folgt:

Corporate Governance ist für MEDION ein zentraler Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens umfasst. Die Weiterentwicklung von Corporate Governance und Compliance bei MEDION dient dem Vertrauen, das Aktionäre, Geschäftspartner, die Mitarbeiter und die Öffentlichkeit in eine gute Unternehmensführung setzen. Wir haben daher alle notwendigen organisatorischen Maßnahmen getroffen, um nicht nur den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen, sondern darüber hinaus auch eine verantwortungsvolle, transparente und der nachhaltigen Wertentwicklung verpflichtete Unternehmensführung zu gewährleisten.

Die von der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 6. Juni 2008 beschlossenen Änderungen des Kodex sind am 8. August 2008 durch das Bundesministerium der Justiz im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht worden und damit verbindlich. Dabei haben sich Änderungen hinsichtlich der Vorstandsvergütung (Ziffer 4.2.2 DCGK), bei Abfindungen und Kontrollwechsel (Ziffer 4.2.3 Abs. 4 und 5 DCGK) und Rechnungslegung/Abschlussprüfung (Ziffer 7.1.2 Satz 2 DCGK) ergeben. Diese Änderungen hatten jedoch keinen Einfluss auf die MEDION-Entsprechenserklärung.

3.2 Entsprechenserklärung

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG erklären gemäß § 161 AktG, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers vom 20. Juli 2007 bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 14. Juni 2007, mit der Abweichung zu den Kodex-Ziffern 5.3.1/5.3.2/5.3.3 entsprechend der Erklärung vom 3. Dezember 2007 im abgelaufenen Berichtszeitraum entsprochen wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG erklären ferner, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 6. Juni 2008, veröffentlicht im elektronischen Bundesanzeiger vom 8. August 2008, mit nachstehend erwähnter Abweichung zukünftig entsprochen wird:

Kodex-Ziffer 5.3.1/5.3.2/5.3.3

Der aus drei Mitgliedern bestehende Aufsichtsrat der MEDION AG bildet keine Ausschüsse.

Am 3. Dezember 2008 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben, nach der MEDION die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 6. Juni 2008 erfüllt, mit der Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können.

Darüber hinaus folgt MEDION auch den Anregungen des Kodex.

Die noch im vergangenen Jahr davon dargestellte Ausnahme, dass der Aufsichtsrat im Hinblick auf die Kontinuität der Aufsichtsratsarbeit es für sinnvoll erachtet, an einer einheitlichen Mandatsperiode festzuhalten, besteht nicht mehr, da die entsprechende Ziffer 5.4.6 im DCGK nunmehr ersatzlos gestrichen wurde.

3.3 Vorstand und Aufsichtsrat

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle des Unternehmens eng zusammen; ihr gemeinsames Ziel ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes. Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung und der strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte und die Lage des Konzerns einschließlich der Risikolage. Für bedeutende Geschäftsvorgänge hat der Aufsichtsrat den Vorbehalt seiner Zustimmung festgelegt.

MEDION hat eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (so genannte D&O-Versicherung) mit einem angemessenen Selbstbehalt für Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der MEDION AG abgeschlossen.

Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf.

Führungs- und Kontrollstruktur

Entsprechend dem deutschen Aktienrecht, dem die MEDION AG mit Sitz in Essen unterliegt, verfügt das Unternehmen über eine zweigeteilte Führungs- und Kontrollstruktur, die einen dreiköpfigen Vorstand und einen dreiköpfigen Aufsichtsrat umfasst.

Der Vorstand

Der Vorstand der MEDION AG besteht aus drei Personen. Er leitet den MEDION-Konzern in eigener Verantwortung. Die Mitglieder des Vorstandes tragen gemeinsam die Verantwortung für die Unternehmensleitung. Dabei sind sie an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Der Vorstandsvorsitzende koordiniert die Arbeit der Vorstandsmitglieder.

Der Vorstand hat sich eine Geschäftsordnung gegeben, die vom Aufsichtsrat gebilligt worden ist. In dem Geschäftsverteilungsplan sind die individuellen Aufgaben- und Verantwortungsbereiche des Vorstandes festgelegt. Mitglieder des Vorstandes dürfen nicht älter als 60 Jahre sein. Bei Erstbestellung ist die maximal mögliche Besteldauer von fünf Jahren nicht die Regel.

Die im September 2008 ausgelaufenen Vorstandsbestellungen der Herren Gerd Brachmann und Christian Eigen wurden um fünf Jahre erneuert. Herr Dr. Wolf wurde für ein weiteres Jahr wiederbestellt.

Der Aufsichtsrat berät über die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand und überprüft diese regelmäßig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat unter Einbeziehung von etwaigen Konzernbezügen in angemessener Höhe auf der Grundlage einer Leistungsbeurteilung festgelegt.

Die Vergütung für die Vorstandsmitglieder setzt sich aus erfolgsunabhängigen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Die erfolgsunabhängigen Teile bestehen aus Fixum und Nebenleistungen sowie Pensionszusagen, während die erfolgsbezogenen Komponenten in eine variable Vergütung und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung aufgeteilt sind.

Die variable Vergütung besteht aus zwei Elementen: einer jährlichen Tantieme, deren konkrete Höhe der Aufsichtsrat nach dem Erreichungsgrad der individuellen Zielvereinbarungen festlegt, und einer gewinnabhängigen Tantieme für die Vorstandsmitglieder Gerd Brachmann und Christian Eigen.

Im Berichtsjahr wurden zwischen Aufsichtsrat und Vorstand planmäßig neue Verträge abgeschlossen. Aus diesem Grund bestimmt sich die gewinnabhängige Tantieme für den Zeitraum Januar 2008 bis August 2008 nach dem Jahresüberschuss, während nach den neuen Regelungen ab September 2008 auf das operative Ergebnis (EBIT) abgestellt wird.

Darüber hinaus dienten Wandelanleihen als variable Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung und Risikocharakter. Aus den begebenen Wandelanleihen hatte der Vorstand bis 2007 die Möglichkeit, Aktien zu beziehen. Der Wandlungspreis errechnete sich auf Basis des Börsenkurses der MEDION-Aktie zu Beginn der jeweils festgelegten Wandlungsfrist und der Wertentwicklung der MEDION-Aktie im Verhältnis zum Börsenindex MDAX seit Begebung der Anleihe. Im Geschäftsjahr 2008 wurde die letzte noch valutierende Wandelanleihe zum Nennbetrag zurückgezahlt.

Gemäß der neuen vertraglichen Regelungen haben die Vorstandsmitglieder zusätzlich zu den o. a. variablen Vergütungsbestandteilen Anspruch auf eine aktienbasierte Vergütung. Für außerordentliche, nicht vorhersehbare Entwicklungen hat der Aufsichtsrat einen für jedes Vorstandsmitglied individuellen Höchstbetrag festgelegt, der maximal vergütet wird.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates informiert die Hauptversammlung über die Grundzüge des Vergütungssystems und deren Veränderung. Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Vorstandes erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses. Diese wird separat individualisiert dargestellt nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung. Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Vorstandes ist auf den folgenden Seiten 88–91 im Lagebericht und zusammengefassten Konzernlagebericht abgedruckt.

Interessenkonflikte, die jedes Vorstandsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen hat, sind im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht aufgetreten.

Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der MEDION AG besteht aus drei Personen. Er berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des MEDION-Konzerns. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für den MEDION-Konzern wird er eingebunden. Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes und sorgt dabei gemeinsam mit dem Vorstand für eine langfristige Nachfolgeplanung. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Aufsichtsrates nach außen wahr.

Der Aufsichtsrat hat sich eine Geschäftsordnung gegeben. Aufgrund der unterschiedlichen beruflichen Werdegänge ist gewährleistet, dass die Mitglieder des Aufsichtsrates über die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen.

Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Aufsichtsrates erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses. Diese wird separat individualisiert nach dem Fixum und der erfolgsbezogenen Komponente dargestellt. Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Aufsichtsrates ist auf den folgenden Seiten 91–92 abgedruckt.

Interessenkonflikte, insbesondere solche, die aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kunden, Lieferanten, Kreditgebern oder sonstigen Geschäftspartnern entstehen können, sind von jedem Aufsichtsratsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber offenzulegen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind keinerlei Interessenkonflikte aufgetreten. Sollten wesentliche und nicht nur vorübergehende Interessenkonflikte in der Person eines Aufsichtsratsmitgliedes auftreten, führen diese zu einer Beendigung des Mandates.

Insbesondere in der Aufsichtsratssitzung am 3. Dezember 2008 hat der Aufsichtsrat gemäß Ziffer 5.6 des Kodex die Effizienz seiner Tätigkeit anhand diverser Kriterien überprüft.

Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

- Verfahrensabläufe und Aufgabenverteilung im Aufsichtsrat
- Wahrnehmung der Beratungs-, Überwachungs- und Prüfungsaufgaben, insbesondere hinsichtlich der Rechnungslegung und Abschlussprüfung
- Informationsversorgung durch den Vorstand
- Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sind nach § 15 a WpHG gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der MEDION AG offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahe stehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahres getätigten Geschäfte die Summe von € 5.000 erreicht oder übersteigt. Der MEDION AG wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr folgende Geschäfte gemeldet:

- Kauf von 5.000 Aktien, Christian Eigen, stellv. Vorsitzender des Vorstandes
- Kauf von 2.000 Aktien, Helmut Julius, Mitglied des Aufsichtsrates

Veröffentlichungspflichtige Geschäfte werden auf der Website des Unternehmens unter www.medion.com im Bereich Investor Relations veröffentlicht.

3.4 Internet-Informationen und -Services für die Aktionäre/Hauptversammlung

Über wesentliche Termine werden unsere Aktionäre regelmäßig mit einem Finanzkalender unterrichtet, der im Geschäftsbericht, in den Quartalsberichten sowie auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht ist. In der jährlichen Hauptversammlung, die seit der Hauptversammlung 2006 im Internet übertragen wird, haben die Aktionäre die Möglichkeit, ihr Stimmrecht selbst auszuüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben zu lassen. Weisungen zur Stimmrechtsausübung an diesen Stimmrechtsvertreter konnten vor und während der Hauptversammlung am 14. Mai 2008 bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Auch zur kommenden Hauptversammlung am 15. Mai 2009 in Essen werden die Aktionäre diese Möglichkeiten haben.

Sämtliche Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung sind auf der MEDION-Website verfügbar.

Entsprechend dem Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts (UMAG) haben wir das Anmelde- und Legitimationsverfahren zur Hauptversammlung auf den international üblichen so genannten Record Date umgestellt und dadurch vereinfacht. Bei MEDION gilt der 21. Tag vor der Hauptversammlung als maßgeblicher Stichtag für die Legitimation und Anmeldung der Aktionäre. Somit erhöhen wir insbesondere für unsere ausländischen Aktionäre den Anreiz, an der Hauptversammlung teilzunehmen und von ihrem Stimmrecht Gebrauch zu machen. Auch die Anforderungen des Transparenzumsetzungsgesetzes (TUG) bei der Einladung zur Hauptversammlung wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr durch Angaben zur Vollmachtserteilung und zum stimmberechtigten Aktienbesitz umgesetzt.

Die Aktionäre haben in der jährlichen Hauptversammlung die Möglichkeit, ihre Rechte wahrzunehmen und dort ihr Stimmrecht auszuüben. Das Stimmrecht kann von den Aktionären entweder selbst oder durch einen von ihnen gewählten Bevollmächtigten oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausgeübt werden. Die Hauptversammlung beschließt unter anderem über die Gewinnverwendung, die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Wahl des Abschlussprüfers. Auch Satzungsänderungen und kapitalverändernde Maßnahmen werden von der Hauptversammlung beschlossen.

Offene und transparente Kommunikation

Unsere Unternehmenskommunikation folgt dem Ziel, allen Zielgruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Zur Gewährung einer größtmöglichen Transparenz werden Aktionäre, alle Teilnehmer am Kapitalmarkt, Finanzanalysten, Aktionärsvereinigungen sowie die Medien zeitnah und regelmäßig über den Geschäftsverlauf informiert. Zu diesem Zweck wird insbesondere das Internet genutzt. Hier werden unter anderem Geschäfts- und Quartalsberichte sowie Ad-hoc- und Pressemitteilungen in deutscher und englischer Sprache bereitgestellt. Die Termine der regelmäßigen Finanzberichterstattung sind im Finanzkalender zusammengefasst. Neben einer jährlichen Analystenveranstaltung findet in der Regel jeweils zur Veröffentlichung der Quartalsberichte eine Telefonkonferenz in englischer Sprache statt.

Unverzüglich nach Kenntnisnahme, dass jemand durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30, 50 oder 75 % der Stimmrechte an der MEDION AG erreicht, über- oder unterschreitet, veröffentlicht der Vorstand eine entsprechende Meldung. Seit dem 20. Januar 2007 wurden die durch das Gesetz zur Umsetzung der Transparenzrichtlinie der Europäischen Union normierten neuen Schwellenwerte berücksichtigt. Der MEDION AG ist im Berichtszeitraum 2008 und bis zum 25. Februar 2009 keine Meldung von Aktionären über Veränderungen im Aktienbesitz oder bei den Stimmrechten zugegangen.

Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Informationen über Wandelanleihen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms gezeichnet wurden, werden im Anhang zum Konzernabschluss veröffentlicht.

3.5 Compliance

Zu einer guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken. Das Risikomanagement des MEDION-Konzerns ist in 2007 und 2008 durch die Zusammenfassung der beiden Instrumente Controlling und Frühwarnsystem unter dem Dach eines neuen strategischen Controllings konsequent fortgeführt worden. Das interne Kontrollsystem dient zur Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik. Wichtige Elemente sind das Prinzip der Funktionstrennung und das Vieraugenprinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert. Das systematische Risikomanagement im Rahmen des wertorientierten Konzernmanagements bei MEDION soll dazu beitragen, dass Risiken frühzeitig erkannt und die Risikopositionen optimiert werden. Ein ausführlicher Risikobericht wird im Konzernlagebericht dieses Geschäftsberichts veröffentlicht und von den Abschlussprüfern geprüft.

Ein Bestandteil des Risikomanagements im Konzern betrifft die Compliance-Maßnahmen. Compliance bei MEDION ist die Gesamtheit aller zumutbaren Maßnahmen, die das regelkonforme Verhalten des Unternehmens, seiner Organmitglieder und Mitarbeiter im Hinblick auf gesetzliche Ge- und Verbote und interne Unternehmensrichtlinien begründen.

Compliance soll MEDION präventiv vor Fehlverhalten bewahren, das auf Unwissenheit oder Fahrlässigkeit beruht und zu Imageschäden sowie dem Verfehlen von Unternehmenszielen infolge unsachgemäßen Geschäftsgebarens führen kann. Compliance-Systeme sind Organisationsmaßnahmen, die das rechtmäßige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Handeln von MEDION sowie seiner Organe und Mitarbeiter gewähren sollen und dabei die Angemessenheit und Wirksamkeit der zur Behebung von Defiziten getroffenen Maßnahmen überwachen und regelmäßig bewerten. MEDION hat dafür Vorsorge getroffen, dass das Insiderrecht, die Gesetze zur Korruptionsbekämpfung und die kartellrechtlichen Vorschriften durch die Unternehmen des Konzerns und ihre Mitarbeiter beachtet werden.

Der bei MEDION eingerichtete Compliance-Ausschuss besteht aus dem Finanzvorstand sowie den Abteilungsleitern Personal und Investor Relations.

Im September 2008 wurde ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren durch die Staatsanwaltschaft gegen eine ausgeschiedene Führungskraft im MEDION-Konzern eingeleitet. Nach den bisherigen Erkenntnissen muss davon ausgegangen werden, dass Organisations- und Kontrollmaßnahmen im MEDION-Konzern mit erheblicher krimineller Energie umgangen wurden, um von Geschäftspartnern des MEDION-Konzerns und Drittgesellschaften unter anderem hohe Provisionszahlungen oder sonstige Vorteile zur persönlichen Bereicherung zu erlangen.

MEDION hat im Oktober/November 2008 mit allen Führungskräften bzw. Mitarbeitern aus Bereichen, die eigenständig Aufträge an Dritte vergeben können, Zusatzvereinbarungen zu den bestehenden Arbeitsverträgen geschlossen, die es den Mitarbeitern untersagen, Geldgeschenke oder sonstige geldwerte Vorteile zur persönlichen Verwendung für sich oder für Dritte anzunehmen sowie darüber hinaus so genannte Schmiergeldzahlungen seitens der Handelspartner, Hersteller oder Geschäftspartner anzunehmen oder zu leisten.

Compliance-Aufklärung

Am 9./17. Dezember 2008 und am 13./21. Januar 2009 sowie am 2. Februar 2009 wurden alle betroffenen Führungskräfte in fünf Informationsveranstaltungen über die neuen Anforderungen an Compliance, die aktuellen Vorschriften und die praktische Umsetzung im MEDION-Konzern informiert.

Dazu gehören auch Hinweise zum Insiderrecht, zu den Gesetzen zur Korruptionsbekämpfung und zu den kartellrechtlichen Vorschriften sowie die Vorstellung so genannter Code of Conduct-Anforderungen. Des Weiteren wurde über die Notwendigkeit von Chinese-Wall-Bereichen im MEDION-Konzern berichtet, den gesetzeskonformen Umgang mit möglichen Insiderinformationen, die neuen Anforderungen an den Datenschutz und die Vorbildfunktion der Führungskräfte für ihre jeweiligen Bereiche.

Alle Personen mit Zugang zu Insiderinformationen im MEDION-Konzern werden in entsprechenden Insiderverzeichnissen, die in der Personalabteilung geführt werden, dokumentiert.

3.6 Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung des MEDION-Konzerns erfolgt nach den Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards). Der Abschluss der MEDION AG entspricht dem deutschen Handelsgesetzbuch (HGB).

Der Abschlussprüfer wird durch die Hauptversammlung gewählt und erhält vom Aufsichtsrat den Prüfungsauftrag. Um die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers zu gewährleisten, holt der Aufsichtsrat von ihm eine Erklärung über eventuell bestehende Ausschluss- und Befangenheitsgründe ein.

Im Rahmen der Erteilung des Prüfungsauftrages vereinbart der Aufsichtsrat mit dem Abschlussprüfer, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrates über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich informiert wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Des Weiteren soll der Abschlussprüfer über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrates wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichten.

Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er im Zuge der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der vom Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind.

Für den Aufsichtsrat der MEDION AG



Dr. Rudolf Stützle (Vorsitzender)

Für den Vorstand der MEDION AG



Gerd Brachmann (Vorsitzender)



4 Design und Marketing

4.1	Design	_____	28
4.2	Marketing	_____	44

Corporate Design

Design macht Unternehmenskultur sichtbar

Design ist mehr als nur Produkthülle. Design mit all seinen Facetten hilft dabei, die Identität, die Kultur und die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sicht- und erlebbar zu machen. Als wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells prägt und bewahrt MEDION Corporate Design das Erscheinungsbild und entwickelt marken- und marktorientierte Lösungen. Dabei hilft die enge Vernetzung unserer Spezialisten aus den Bereichen Produktdesign, Packaging-Artwork, Digitale Medien sowie Messe- und Interior Design. Die Strategie der interdisziplinären Prozessbegleitung – von der Produktentwicklung bis zur Markteinführung – ermöglicht die Gestaltung eines ganzheitlichen Auftritts in einer zeitlich verdichteten Wertschöpfung. Auf dem Weg zum erklärten Ziel der unverwechselbaren Marke mit begehrtem Produktsortiment wurden 2008 weitere, erfolgreiche Meilensteine gesetzt.





Product Design

Zahlreiche Designpreise für MEDION-Produkte

Mit 33 nationalen und internationalen Designpreisen und Nominierungen war das Jahr 2008 für MEDION äußerst erfreulich. Beim Designwettbewerb Good Design des Chicago Athenaeum war MEDION mit 8 Awards einer der erfolgreichsten Teilnehmer. Dabei überzeugt insbesondere die Tatsache, dass in allen MEDION-Produktkategorien Auszeichnungen erlangt wurden. Hierbei ist besonders hervorzuheben, dass die namhaften Juroren nicht nur die hervorragende Designqualität bewerteten, sondern zahlreiche Produkte auch die designrelevanten Kriterien Bedienkomfort, Ergonomie und Innovation beispielhaft erfüllten. Mit den 2008 erlangten Auszeichnungen, darunter auch Red Dot, IF und PlusX-Award, hat MEDION die Zahl 100 innerhalb von 6 Jahren überschritten.

Web Design und Digitale Medien

Die neue MEDION-Homepage ist online

Mit der Neugestaltung des Internetauftritts der MEDION im Dezember 2008 wurde ein wichtiger Baustein zum einheitlichen Unternehmensauftritt gesetzt. Die gelungene Online-Präsenz ist das Resultat enger Zusammenarbeit von Corporate Design und Corporate Marketing mit dem Vertrieb und verknüpft dabei visuelle und marketingorientierte Inhalte. Die hohe Besucherfrequenz wie auch der kommerzielle Erfolg des MEDIONshop sind dabei nicht zuletzt der benutzerfreundlichen Navigation zu verdanken. Während Produktvideos den hohen informellen Gehalt der Webseite ergänzen, setzen lifestyleorientierte Werbeclips emotionale Akzente.

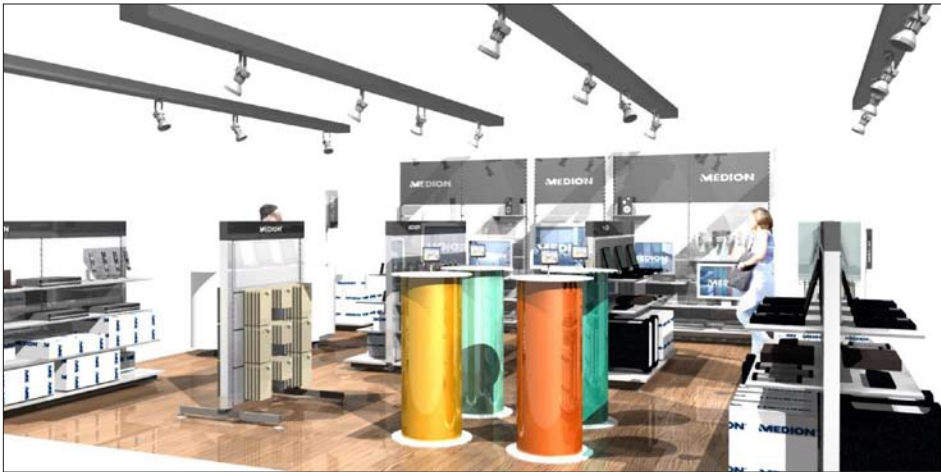


Packaging Design

Wichtiges Bindeglied am Point of Sale

Verpackungen leisten weitaus mehr als den Transportschutz des Produktes. Als wesentliches Instrument des Produktmarketings sind sie Botschafter der Marke und das sicht- und be-greifbare Bindeglied zwischen Unternehmen und Käufer am Point of Sale. Parallel zum Launch der MEDION-Designlinie wurde ein Verpackungskonzept entwickelt und realisiert, welches in seinem Erscheinungsbild die edle, klassische Anmutung der Produkte reflektiert. Mit einer klaren, aufgeräumten Gestaltung und dem selbsterklärenden Informationsgehalt senden MEDION-Verpackungen zusätzliche Anreize an den Käufer. Der einheitliche Auftritt bei allen Produktbereichen unterstützt die Wiedererkennbarkeit und unterstreicht die Zu-sammengehörigkeit der MEDION-Produkte.





Messe- und Interior Design

Shop-in-Shop-Systeme eröffnen neue Vertriebschancen

Auf dem Weg zur designgeprägten Marke nutzen die vom Corporate Design Team entwickelten Shop-in-Shop-Systeme das enorme kommerzielle Potenzial der MEDION-Designlinie. Entwickelt wurden Ladenbau-Module mit hohem Wiedererkennungswert, die zunächst ab dem 3. Quartal 2008 bei zahlreichen Pilotprojekten deutschlandweit getestet wurden und seitdem zu erfolgreichen Verkaufsergebnissen beitragen. Im Warenkontext von Do-it-Yourself-Märkten und Discountern erlaubt der Einsatz architektonischer Mittel eine räumliche Inszenierung der Produkte und hebt damit die Angebote der MEDION-Designlinie aus der Masse hervor.

Bei den beiden führenden Elektronik-Messen in Deutschland, der CeBIT und der IFA, war MEDION mit großen, gestalterisch an die Designlinie angelehnten Ständen vertreten und war aufgrund attraktiver Angebote stets Publikumsmagnet. Weitere nationale und internationale Messeauftritte und Events im ganzheitlichen Designkonzept konnten die Vertriebsaktivitäten erfolgreich unterstützen.

25 cm/10 Zoll Notebook MEDION® AKOYA® MINI E1210



**25 cm/10 Zoll Notebook
MEDION® AKOYA® MINI E1210**



Das schlanke und stylische Mini-Notebook für unterwegs. Als einer der ersten Anbieter präsentierte MEDION ein Notebook mit einer Bildschirmdiagonalen von 25 cm (10"). Mit dem neu geschaffenen Produktsegment fügte MEDION dem aktuellen Trend zu mobilen Computersystemen ein innovatives Notebook hinzu.

Der kleine Begleiter integriert alle wichtigen Office- und Internet-Funktionen: Mit WLAN unterwegs problemlos im Internet surfen, Emails abrufen oder chatten. VGA-Webcam, Mikrofon und Stereo-Lautsprecher gestatten sogar eine Live-Kommunikation mit Bild und Ton. Auf der 160 GB großen Festplatte ist genügend Platz, um Musikdateien, Filme, Fotos und Dokumente abzuspeichern. Die gerade einmal 1200 Gramm Gewicht und die geringen Maße bieten dem Nutzer höchste Mobilität. Mit seiner Leistungsstärke und den nützlichen Funktionen ist das MEDION AKOYA MINI E1210 eine Klasse für sich.



MEDION® AKOYA® MINI
als Sonderedition "Hello Kitty"

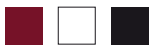


25 cm/10 Zoll Notebook
MEDION® AKOYA® MINI S1211 Hello Kitty

Mit dem S1211 Hello Kitty Notebook schließt sich MEDION einem Trend an, der längst zum Kult geworden ist. Durch die Lizenzierung der Marke Hello Kitty wurde das weltweit erste Notebook mit der „kleinen weißen Miezkatze“ veröffentlicht. Technische Highlights werden bei dem MEDION S1211 mit 160 GB Speicher, WLAN-Technologie, Webcam und Mikrofon gesetzt. Damit ist das Surfen im Internet, Musikhören, Bilderansehen und Notizenabspeichern kein Problem. Dank den technischen Innovationen im Notebook-Segment liegt das MEDION S1211 Hello Kitty voll im Trend.



MEDION® AKOYA® MINI
als Sonderedition "Swarovski"



25 cm/10 Zoll Notebook

MEDION® AKOYA® MINI S1210

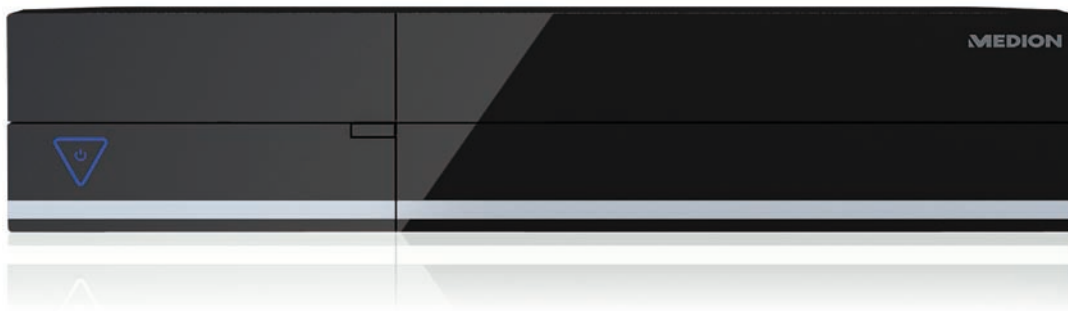
Eine strahlende Schmetterlingsapplikation aus über 300 Swarovski-Kristallen ziert das kompakte Design Notebook im Handtaschenformat. Und in der Trendfarbe Dark Pink ist das MEDION AKOYA MINI S1210 ein unwiderstehliches Accessoire, das mit technischen Highlights glänzt: Im stylischen Notebook mit einer Bildschirmdiagonalen von 25 cm (10“) befinden sich neben einer 160 GB großen Festplatte und einem 1 GB Arbeitsspeicher, eine integrierte VGA-Webcam sowie ein eingebautes Mikrofon. Das Surfen, Chatten und Telefonieren im Internet ist dank neuester WLAN-Technologie von überall aus möglich. Die leistungsfähige Ausstattung, das handliche Format und das trendige Design stehen für flexibles und mobiles Arbeiten in funkelnder Optik.

31 cm/12 Zoll Notebook
MEDION® AKOYA® E2211



Mit dem MEDION AKOYA S2211 ist ein glamouröser Auftritt garantiert. Über 300 Swarovski-Kristalle, arrangiert in Form eines Schmetterlings, schmücken das handliche Notebook, das Design und Technik stilvoll miteinander vereint: Das MEDION AKOYA S2211 mit einer Bildschirmdiagonalen von 31 cm (12“) überzeugt neben technisch innovativen Argumenten wie einem bis zu 2,8 GHz Intel Duo Prozessor, einer bis zu 500 GB großen Festplatte und bis zu 4 GB Arbeitsspeicher mit Segment-Highlights wie WLAN, integrierter Webcam, eingebautem Mikrofon sowie zwei klangvollen Stereo-Lautsprechern. Mit dem leistungsstarken Partner ist das Surfen, Chatten oder Telefonieren im Internet, Fotobearbeiten, Musikhören und Abspeichern wichtiger Notizen auch von unterwegs aus möglich. Das glänzende MEDION AKOYA S2211 ist der Eye-Catcher im Taschenformat.





High Definition Entertainment PC
MEDION® AKOYA® S4503 D



Flüsterleise, kompakte Maße, edle Hochglanz-Optik – Neben diesen attraktiven Eigenschaften zeichnet sich der MEDION AKOYA S4503 vor allem durch seine Entertainment-Qualitäten aus. Mit dem integrierten Blu-ray-Player können Filme in höchster Auflösung abgespielt sowie DVDs und CDs wiedergegeben oder beschrieben werden. Spannende Spielfilme oder Lieblingssendungen können dank eingebautem können dank eingebautem DVB-S und DVB-T Tuner angesehen, bei Bedarf angehalten und an exakt der gleichen Stelle wiedergegeben werden. Auf der riesigen Festplatte von 1 TB ist genügend Platz vorhanden, um aufgenommene Filme oder Musikdateien abzuspeichern. Gängige Funktionen wie die Textverarbeitung oder das Surfen im Internet (WLAN) machen den MEDION AKOYA S4503 komplett.



HD LCD-TV
MEDION® LIFE® P15012



Der MEDION LIFE P15012 bietet anziehendes Design in Kombination mit hochwertiger Technik. Die HDMI-Eingänge gestatten den Anschluss externer Systeme wie DVD-Player, Digital Receiver oder Spielekonsole. Ausgestattet mit einer Auflösung von 1366 x 768 Pixeln ist der Flachbildfernseher HD ready. Filme, Spiele und Bilder werden auf der Bildschirmdiagonalen von 81 cm (32“) in hervorragender Qualität dargestellt. Durch die übersichtliche multilinguale Benutzeroberfläche ist die Menüführung intuitiv erlernbar. Für den richtigen Klang sorgt ein 2-Wege-Audiosystem und Virtual-Dolby-Surround. Zwei integrierte Tuner ermöglichen eine Bild-in-Bild-Funktion. Ein echter Hingucker für optimalen Fernsehgenuss.



Navigationssystem

MEDION® GoPal® X5535

Das MEDION GoPal X5535 ist eine Klasse für sich. Das Navigationssystem besteht neben dem exklusiven Ausstattungspaket und der innovativen Technik durch sein extra großes Display mit einer Bilddiagonalen von 13 cm (5"). Das besondere Highlight des Navigationssystems besteht in der eingebauten Gyrometer-Technologie, die vorübergehende GPS-Signal-Verluste kompensiert. Das Navigationssystem mit Fingerprint Sensor, Bluetooth, aktiver Stauumfahrung durch TMC- oder TMCpro-Technologie ist ein außergewöhnlicher Wegweiser auf langen wie kurzen Strecken.

MP3-Player**MEDION® LIFE® S60003**

Enjoy your music. Der MEDION LIFE S60003 im schlanken Design bietet klangvollen Musikgenuss für unterwegs. Bis zu 64 Stunden Musik passen auf den 2 GB großen Speicher, der durch einen praktischen Micro SD Kartensteckplatz erweitert werden kann. Zusätzlich kann der Design MP3-Player mit Daten gefüttert oder wichtige Sprachnotizen aufgezeichnet werden. Dank dem übersichtlichen LCD-Display und dem intuitiv erlernbaren Navigationsmenü findet sich jeder Song. Für eine exzellente Klangwiedergabe sorgen hochwertige Sennheiser Ohrhörer. Mit dem MEDION LIFE S60003 puren Sound für unterwegs genießen.



Design DVD/HDD-Recorder**MEDION® LIFE® X70002**

Der MEDION LIFE X70002 verfügt neben seiner Funktion als DVD/HDD-Recorder zusätzlich über einen DVB-T- und einen Analog-Tuner, womit digitales oder analoges Fernsehen empfangen werden kann. Die integrierte 500 GB Festplatte bietet genügend Platz, um über 700 Stunden gesendete Fernseh-inhalte aufzunehmen. Die Aufnahmen können wahlweise auf der Festplatte gespeichert oder direkt gebrannt werden. Mit der Timeshift-Funktion können z. B. Spielfilme oder Lieblingssendungen/gesendete Inhalte während der Aufzeichnung eines anderen Programms angehalten und zu einem beliebigen Punkt zeitversetzt abgespielt werden. Der flache Design DVD/HDD-Recorder in Hochglanz-Optik bietet eine exzellente Bildqualität in Full HD 1080p. Ein stilvolles Multitalent mit außergewöhnlichem Unterhaltungskomfort.





Design DECT-Telefon mit ECO-Funktion MEDION® LIFE® S63004

Dank des durchdachten Designs und den großen sowie klar beschrifteten Tasten ist das MEDION LIFE S63004 DECT-Telefon äußerst komfortabel zu bedienen. Das extrem schlanke Mobilteil ist mit einer Freisprecheinrichtung ausgestattet, so dass das Telefon während des Gesprächs beiseite gelegt werden kann. Die ausgehenden Funkstrahlen zwischen dem Mobilteil und der Basisstation werden durch die ECO-Funktion reduziert. Der integrierte Anrufbeantworter und der Speicherplatz für 40 Telefonbucheinträge runden das Komfortpaket zum Telefonieren ab. Das MEDION LIFE S63004 wird allen Ansprüchen moderner Telekommunikation gerecht.

Highlights in 2009

46cm/18,4 Zoll Notebook

MEDION® AKOYA® P8610

Bestbesetzung für Film und Musik. Das MEDION AKOYA P8610 bietet hervorragendes Entertainment auf einer großzügigen Bilddiagonalen von 46 cm (18,4").

Dank brillanter HD-Technik mit einer Auflösung von 1680 x 945 Pixeln erlebt der Computernutzer gestochen scharfe Motive, satte Farben und beeindruckende Bilder. Das Dolby Home Theater Soundsystem mit integrierten Lautsprechern und Subwoofer durchdringt den Raum und sorgt für einen kraftvollen Klang. Die leistungsstarke Basis für ein solches Heimkinoerlebnis bilden die 4 GB Arbeitsspeicher, eine 500 GB Festplatte und die Intel Core 2 Duo Prozessortechnologie. Modernste Notebooktechnologie wie hintergrundbeleuchtete Sensortasten, ein Blu-ray Laufwerk, WLAN n-draft und ein numerisches Tastenfeld, vereinen sich in eleganter Hochglanz-Optik.



reddot design award
winner 2009



Notebook Remote

Die MEDION Notebook Fernbedienung steuert per Funk die wichtigsten Funktionen Ihres Notebooks. Präsentationen, Filme und Musik können richtungsunabhängig angesteuert werden. Die harmonisch gerundete Unterseite liegt wohltuend in der Hand. Die Oberseite ist in horizontaler Orientierung optimal strukturiert. Die stark frequentierten Knöpfe sind als hard Keys mit präzisiertem Druckeffekt ausgeführt und bieten zusätzliche haptische Orientierung.

18,4"
MEDION® AKOYA® P8610



Mit dem großflächigen MEDION AKOYA P8610 wurde ein neues Produktsegment geschaffen. Das Entertainment Notebook konnte sich auf dem Markt bereits erfolgreich etablieren. Weitere Notebook-Modelle sind im Jahr 2009 geplant.

Die Marke MEDION: Kommunikation im Marketingmix 2008

Die ICON-Studie 2008 konnte die positive Entwicklung der Marke belegen, wodurch die gewählte, strategische Marschrichtung bestätigt wird:

- Die Markenbekanntheit wurde gesteigert
- Die Markenpräsenz hat sich insgesamt erhöht
- Der Käuferanteil der Produkte ist gestiegen
- Die Preis- und Qualitätskompetenz hat sich manifestiert und gestärkt

Der erfolgreiche Marketingmix 2008 legt den Grundstein für diese positive Weiterentwicklung. Neben der Produkt-, Distributions- und Preispolitik ist die Kommunikation der markenarchitektonisch unerlässliche Baustein für diese erfreuliche Entwicklung.

MEDION steht insbesondere für Produktqualität und ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Damit trägt MEDION vor allem zur Demokratisierung von innovativen PCs und Consumer-Electronics bei. Das konstant attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis und die unkonventionellen Vertriebswege ebnet den Weg, innovative Produkte in ausgezeichneter Qualität und ansprechendem Design einer breiten Zielgruppe anzubieten. Diese differenzierende und vertriebskanalunabhängige Positionierung soll durch positive Markenwerte in der Kommunikation gestützt werden.

Im Jahr 2008 konnte sowohl die spontane als auch die gestützte Markenbekanntheit von MEDION gesteigert werden.

Die erfolgreichen Kampagnen der vergangenen Jahre wurden 2008 fortgeführt, weiter entwickelt und zusätzlich auf unkonventionelle Medien ausgedehnt. Die Weiterentwicklung der Kampagnen wurde zur Schaffung von Awareness, aber auch zur Auslösung von konkreten Kaufimpulsen eingesetzt.

ICON-Studie 2008
bestätigt positive
Entwicklung der
Marke MEDION

MEDION Deutschland
Kampagnenmotiv „HIGHTECH IN SCHÖN“



LCDs, die durch
Schönheit bestechen
Fernsehen auf
riesigen Flächen
bereichert durch
traumhafte Klänge
wie fabelhafte
Gesänge

MADE
IN
GERMANY

HIGHTECH IN SCHÖN

MEDION® LIFE® X17000. Die neuen MEDION Design LCD Fernseher in hochwertigem Aluminium, mit riesiger 116,8 cm (46 Zoll) Diagonale, Full HD Auflösung, 3 Wege Qualitätslautsprechersystem mit insgesamt 7 Lautsprechern, 4 HDMI Anschlüssen und vielem mehr.

Jetzt erhältlich unter: www.medion.de

MEDION®

Die Kampagnen wurden national und international inszeniert

Für nationale und internationale Handelspartner/Kunden wurden umfangreiche Marketinginstrumente entwickelt und eingesetzt. In Absprache mit den Handelspartnern wurden die Werbemittel produktspezifisch adaptiert. Daneben wurden die Kampagnen auf die Bedürfnisse des jeweiligen Marktes angeglichen, um das potenzielle Käuferumfeld gezielt anzusprechen.

Um das positive Image der Dachmarke MEDION zu steigern und eine verstärkte Aufmerksamkeit zu erzeugen, wurde die rationale Stärke der Marke – „optimales Preis-Leistungs-Verhältnis“ – mit emotionalen Benefits verknüpft.

Die einzelnen Produkte erzielten durch die eingesetzten Kampagnen eine erhöhte Begehrlichkeit. Die dadurch geschaffenen Kaufimpulse am Markt können durch den sich positiv entwickelten Käuferanteil belegt werden. Die Bekanntheit der Marke MEDION wurde durch die Weiterentwicklung der Kampagnen gesteigert. Besonders der konsistente und aufeinander abgestimmte Einsatz unterschiedlicher Medien erzielte durch einen hohen Wiedererkennungswert der Marke MEDION eine gestärkte Markenbekanntheit.

Available in Sainsbury's stores*

MEDION recommends Windows Vista® Home Premium

ultra slim design laptop

£ 599.99

For more detailed information visit <http://www.medion.co.uk/S5610>

Future proof your digital life

MEDION S5610. The new slimline laptop computer featuring the latest Intel® Centrino® 2 Processor Technology

- More Power to Go: Intel® Centrino® 2 Processor Technology with Intel® Core™ 2 Duo Processor P7350 (2.0 GHz, 3MB L2 Cache, 1066 MHz FSB)
- Genuine Windows Vista® Home Premium (incl. SP1 / OEM version)
- 15.4" TFT WXGA display
- Massive 3 GB DDR2 RAM
- Huge 320 GB Hard Drive
- 8x Dual Layer DVD and CD Re-Writer Optical Drive
- ATI Mobility Radeon™ HD 3470 Graphics with 256 MB
- Integrated Fingerprint Reader Security
- Intel® Wireless WiFi Link 5100AGN Intel® Next Gen Wireless-N with up to 300Mbps
- Integrated 1.3 MP Webcam with Microphone
- Included Software: NERO Burning ROM 8 and BullGuard Internet Security (incl.)

High Definition WLAN, Webcam, Intel Centrino 2, Performance to go, HD, Fingerprint Security

MEDION
www.medion.co.uk

*Available in larger stores only. All offers subject to availability while stocks last.

MEDION Großbritannien
„Sainsbury's-Konzept“,
Anzeigenmotiv

MEDION® AKOYA® MINI E1210

Als einer der ersten Anbieter auf dem deutschsprachigen Markt präsentierte MEDION ein neues Produktsegment mit einem 10 Zoll Notebook. Mit der Produkteinführung des MEDION AKOYA MINI E1210 wurde dem aktuellen Trend zu mobilen Computersystemen ein innovatives Produkt hinzugefügt. Um sich in dem neu geschaffenen Produktsegment zu etablieren, wurden durch den Einsatz crossmedialer Marketingmaßnahmen die innovativen Eigenschaften herausgestellt und die Leistungsstärke des mobilen Begleiters dem Verbraucher näher gebracht.

MEDION Frankreich
MEDION AKOYA MINI,
Anzeigenmotiv



Als wichtige Marketingmaßnahme wurde ein dreißig sekündiger Werbespot für Fernsehen, Internet und Kino produziert. Der Spot präsentierte das Produkt als stylischen, hochwertigen und kompakten Begleiter für unterwegs. National und international wurde der Spot auf die Handelspartner angepasst und in den entsprechenden Ländern adaptiert.

Die Kampagne wurde durch aufeinander abgestimmte Anzeigen- und Onlineschaltungen in zahlreichen Medien international präsentiert.

Eine umfangreiche Public-Relations-Arbeit ermöglichte eine hohe Präsenz sowohl in der Fach- als auch in der Publikumspressen. Der Erfolg dieser Maßnahmen spiegelte sich in der enorm hohen Presseresonanz, in den extrem hohen Suchanfragen-Ergebnissen im Internet und in den daraus resultierenden sehr guten Abverkäufen unseres MEDION AKOYA MINI E1210 wieder.

MEDION® AKOYA® MINI E1210

Der größte ansässige Telefonanbieter in Frankreich startete in Kooperation mit MEDION eine großflächige Marketingkampagne zum 10 Zoll Notebook. Ein Presseevent mit über 80 Journalisten war der Auftakt von zahlreichen aufeinander abgestimmten Werbemaßnahmen zur Produkteinführung. Großflächige Billboards wurden an stark frequentierten Orten in den größten Städten Frankreichs platziert. Flaggen bestückten die Metrostationen in Paris. Zahlreiche Smarts fuhren plakativ mit unserem Produkt und unserem Brand durch Paris, Lyon, Marseille und Lille. Bartische in den angesagten Szenelokalen bewarben in Paris, Marseille, Lyon, Lille, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Strasbourg, Grenoble, Nancy, Montpellier und Rennes das Produkt. Unsere Anzeige wurde in über 1 Million Verkaufskatalogen publiziert. Zudem waren die Verkaufsstores mit unserem Produkt auffällig plakatiert. Dieser innovative Marketingmix war ein elementarer Baustein für den Erfolg des MEDION AKOYA MINI E1210 in Frankreich.

MEDION Frankreich
MEDION AKOYA MINI,
Orange Billboards



MEDION Deutschland
 MEDION ERAZER,
 Kampagnenmotiv



MEDION® ERAZER® Gamer PC

MEDION entwickelte für den MEDION ERAZER Gamer PC eine virale Marketingkampagne, um die meinungsbildende Zielgruppe der Gamer auf unkonventionellem Wege zu erreichen. Das Motto der Kampagne „Is your PC a Sissy? Get a TOUGH ONE! MEDION ERAZER“ wurde auf originelle wie ironische Art und Weise sowohl in einem Werbespot als auch im Printbereich auf Anzeigen und Postkarten inszeniert.

Im Rahmen der Kampagne wurde der Spot als Video auf der Internetplattform YouTube gezeigt und verbreitete sich daraufhin in der vernetzten Gamergemeinschaft. Der Spot wurde im Fernsehen auf MTV und Giga TV ausgestrahlt, um die Zielgruppe der Gamer direkt anzusprechen. Zusätzlich wurden aufeinander abgestimmte Printanzeigen geschaltet. Für unsere internationalen Handelspartner wurde der Spot adaptiert und als verkaufsfördernde Maßnahme direkt am Point of Sale eingesetzt.

Kampagnenbegleitend präsentierte sich MEDION mit dem ERAZER Gamer PC auf der Games Convention in Leipzig, Europas bedeutendster Consumermesse der Computer- und Spielindustrie.

Geschicktes Product-Placement und moderne Werbemittel schufen sowohl für den MEDION ERAZER Gamer PC als auch für die Dachmarke MEDION verstärktes Interesse.

Navigationssysteme MEDION® GoPal®

Die im Frühjahr 2007 entwickelte Corporate Kampagne „WISSEN, WO ES LANGGEHT“ wurde 2008 fortgeführt und erweitert. Das auf dieser Basis ausgearbeitete Kampagnenkonzept wurde auf die neuen Produkte adaptiert und für internationale Handelspartner customized. Das abgestimmte Kampagnenkonzept wurde nicht nur für Printanzeigen und Internetbanner, sondern auch für nationale und internationale Messen verwendet.

Für verstärkte Aufmerksamkeit sorgte ein Radiospot, der für die europäischen Kunden entwickelt wurde. Der „augenzwinkernde“ Spot unterstreicht die Highlights der neuen Navigationssysteme, im Besonderen die Displaygröße.

Zusätzlich konnte die Kampagne durch eine intensive Zusammenarbeit mit Adrian Sutil auf das Thema Formel 1 adaptiert werden.

MEDION Deutschland
MEDION GoPal
Navigationssysteme,
Anzeigenmotiv

SCHNELLER ANS ZIEL!
MEDION NAVIGATIONSSYSTEME.
WISSEN, WO ES LANGGEHT.
WWW.MEDION.DE

1.3 km Am Zehnthof
 Essen

110 km/h
 92 km/h
 15:04
 66 km
 0:43 h

NAVTEQ MAPS

CHIP
 TEST-URTEIL: GUT
 SEPTEMBER 2008
 Navigation
 Medion GoPal E4133

Guter Rat
 TESTSIEGER

MEDION ist offizieller Sponsor des Force India F1 Teams.

Partnerschaften mit Adrian Sutil und dem Force India F1 Team

Die Partnerschaft mit dem Formel-1-Piloten Adrian Sutil wurde 2008 fortgeführt. MEDION nutzte die Rechte zur Vernetzung, um ein optimales Ergebnis hinsichtlich Präsenz, Image und Kundenbindung zu erreichen.

Das hochwertige Image der Formel 1 wurde auf einzelne Produkte übertragen und in verschiedenen Medien crossmedial platziert. In zahlreichen nationalen und internationalen Printanzeigen wurde das Thema Formel 1 umgesetzt. Advertorials mit Adrian Sutil stützten den Abverkauf wichtiger Kernprodukte. Die Partnerschaft mit Adrian Sutil wurde zusätzlich in Onlinemedien, auf Kartonagen und auf Messen umgesetzt.

Dank der Partnerschaft mit Adrian Sutil und dem Force India F1 Team erhöhte sich die Bekanntheit der Marke MEDION sowohl im Umfeld der Motorsport-Begeisterten als auch darüber hinaus im Umfeld der allgemein Elektronik-Interessierten.

Partner: Adrian Sutil



Partnerschaft mit dem FC Bayern München

Durch die in 2008 weitergeführte Partnerschaft mit dem FC Bayern München konnte sich MEDION zielstrebig, erfolgreich und vor allem verbrauchernah präsentieren.

Die Dachmarke MEDION erzeugte durch den stetigen Einsatz klassischer Werbemittel, wie der Bandenwerbung, den Anzeigen in der Stadionzeitung oder dem Logo auf der Sponsorenwand, eine verstärkte Präsenz bei den Stadionbesuchern aber auch den Fernsehzuschauern.

MEDION nutze den offiziellen Onlineauftritt des FC Bayern München, um dort produkt-spezifische Werbung zu schalten. Damit wurde die Aufmerksamkeit, vor allem unter den Fußballfans, gesteigert.

Das Thema FC Bayern München ist in zahlreichen Marketingmaßnahmen von MEDION umgesetzt worden. Zusätzlich führte MEDION in Zusammenarbeit mit dem FC Bayern München eine umfangreiche Presse- und PR-Arbeit durch.

MEDION präsentierte sich mit seinen innovativen und trendorientierten Produkten als offizieller Technikausstatter des Rekordmeisters.

MEDION Deutschland stattet die Mannschaft des FC Bayern München mit dem MEDION® AKOYA® MINI E1210 aus



Die Weiterentwicklung der Kampagnen präsentierte die Marke MEDION „unkonventionell“, „smart“, „zukunftsorientiert“ und „volksnah“. Durch die kreativen Marketingmaßnahmen konnte die Marke MEDION in der Öffentlichkeit an Aufmerksamkeit gewinnen.

Neben klassischen Medien strebt MEDION unkonventionelle Wege zur Platzierung und Verbreitung von Werbemitteln an. Zielsetzung für 2009 ist es, die erfolgreichen Marketingmaßnahmen fortzuführen und diese sukzessive zu erweitern.

Testsieger und Awards

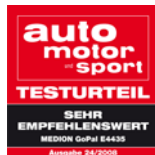
Erfolgreich im deutschen und internationalen Vergleich

Testsieger setzen Maßstäbe. Und liefern dem Kunden ein wichtiges Argument zum Kauf. Auch im Jahr 2008 gingen die Produkte von MEDION in zahlreichen Tests internationaler Magazine und Fachzeitschriften als Gewinner hervor. Dabei betonten Fachjournalisten und Testlabors immer wieder das ausgezeichnete Preis-Leistungs-Verhältnis bei den Produkten von MEDION. Ebenso konnte die stilvoll-klassische Produktgestaltung mit zahlreichen internationalen Designauszeichnungen entscheidend zum Erfolg beitragen.



Ausgezeichnet und überzeugend: Die Leser und Nutzer der Medien der COMPUTER BILD-Gruppe wählten MEDION zum Hardware-Hersteller des Jahres 2009. Mit über 25 % der 125.000 Stimmen setzte sich MEDION deutlich an die Spitze der renommierten Herstellerliste. Das unschlagbare Preis-Leistungs-Verhältnis und die Top-Ausstattung überzeugten bei der größten Leserwahl des Landes.

Navigationssystem
 MEDION® GoPal® E4435



Desktop-PC
 MEDION® AKOYA® P7300 D



25 cm/10'' Notebook
 MEDION® AKOYA® MINI E1210



EMPORIO URTEIL	
Medion Akoya mini E1210	
GUT	83,0 %
13 Notebooks im Vergleich	Heft 12/2008



Slim Notebook
MEDION® AKOYA® S5610



MEDION Highly Commended in the PC Pro Service and Reliability Award 2008



MEDION Winner of the PC Pro Service and Reliability Award 2007



Testergebnis: gut
Preisurteil: sehr günstig

www.computerbild.de - Onlinetest November 2008



HDD/DVD-Rekorder
MEDION® LIFE® X70001



5 Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

5.1	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	60
5.1.1	Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	
5.1.2	Markt für Consumer-Electronics	
5.2	Der MEDION-Konzern	62
5.2.1	Geschäftsmodell	
5.2.2	Unternehmenssteuerung	
5.2.3	Die Wertschöpfungskette	
5.2.4	Die Struktur des MEDION-Konzerns	
5.3	Finanzbericht	67
5.3.1	Geschäftsentwicklung 2008	
5.3.2	Umsatzentwicklung	
5.3.3	Ertragslage	
5.3.4	Operatives Ergebnis	
5.3.5	Ertragsteuern	
5.3.6	Vermögens- und Finanzlage	
5.3.7	Kapitalflussrechnung	
5.4	Personal	80
5.4.1	Entwicklung	
5.4.2	Struktur	
5.4.3	Wesentliche Vereinbarungen	
5.5	Forschung und Entwicklung	87
5.6	Corporate Governance/Vergütungsbericht	88
5.6.1	Corporate Governance	
5.6.2	Vorstandsvergütungen	
5.6.3	Aufsichtsratsvergütungen	
5.7	Risikobericht	93
5.7.1	Risikomanagement	
5.7.2	Risikomanagementsysteme	
5.7.3	Absatzbezogene Risikoposition	
5.7.4	Betrieb / 5.7.5 Recht	
5.7.6	Finanzen / 5.7.7 Personal	
5.7.8	Gesamtrisikosituation	
5.8	Prognosebericht	102
5.8.1	Konjunktureller Rahmen	
5.8.2	Marktentwicklung Consumer-Electronics	
5.8.3	Unternehmensentwicklung	
5.8.4	Ausblick 2009	
5.9	Sonstige Angaben	108

MEDION



5.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum und in Deutschland war in 2008 von einer von Quartal zu Quartal fortschreitenden Verschlechterung geprägt. Im 1. Quartal 2008 erreichte die in den USA ausgelöste Immobilienkrise die weltweiten Finanzmärkte. Nach der zunächst betroffenen Finanzbranche hat die Krise zeitverzögert auch den nicht finanziellen Sektor erreicht. Denn die Länder im Euroraum sind nicht zuletzt aufgrund des weit reichenden Engagements in risikoreiche US-Wertpapiere sowie des hohen Offenheitsgrades von Auswirkungen der Finanzmarktkrise und des weltweiten Wirtschaftsabschwungs direkt und indirekt betroffen. Die Wirtschaft ist in Deutschland und im Euroraum im ersten Halbjahr 2008 noch vergleichsweise gut gewachsen. Im zweiten Halbjahr 2008 zeigten sich jedoch insbesondere im Außenhandel und in der verarbeitenden Industrie deutliche Zeichen des Abschwungs.

Die deutliche Aufwertung des Euro gegenüber dem US-Dollar sowie der bis zur Jahresmitte 2008 drastisch angestiegene Rohölpreis trugen weiterhin zu einem abrupten Ende des Wirtschaftsaufschwungs im 2. Quartal 2008 im Euroraum bei. Ab dem 3. Quartal 2008 erreichte die Rezession auch Deutschland mit einer deutlichen Abschwächung der Investitionstätigkeit und einem überdurchschnittlich hohen Rückgang der Auftragsbestände. Darüber hinaus stieg die registrierte Arbeitslosigkeit in Deutschland und im Euroraum im 4. Quartal 2008 deutlich an.

Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt Deutschlands ist gegenüber 2007 zwar um 1,3 % gewachsen, dies ist jedoch allein auf die noch zufrieden stellende Entwicklung im 1. Halbjahr 2008 zurückzuführen. Der private Konsum ist im Euroraum und in Deutschland in 2008 gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgegangen. Denn in 2008 wurde der private Konsum trotz verbesserter Einkommensperspektiven vor allem durch die kräftige Teuerung von Energie und Nahrungsmitteln sowie die weiterhin steigende Sparneigung der privaten Haushalte gedämpft. Maßgeblich für die privaten Konsumausgaben sind die verfügbaren Einkommen, die sich aus den Nettolöhnen und -gehältern (42 %), den monetären Sozialleistungen abzüglich der Abgaben auf soziale Leistungen (ca. 24 %) sowie aus den Selbständigen- und Vermögenseinkommen abzüglich Einkommensteuern (ca. 34 %) ermitteln. Die Veränderungsrate der Verbraucherpreisindizes in 2008 war geprägt durch eine deutliche Erhöhung der Rohölpreise von ca. 70 US-Dollar im Jahresdurchschnitt 2007 bis auf einen Tageshöchststand von über 140 US-Dollar je Barrel zur Jahresmitte. Die Unsicherheit über die weitere wirtschaftliche Entwicklung und die sehr volatilen Preise für Kraftstoff und Heizung haben die Konsumenten in Deutschland und im Euroraum in ihrer Kaufbereitschaft, besonders bei langlebigen Wirtschaftsgütern, deutlich eingeschränkt.

5.1.2 Markt für Consumer-Electronics

Der Markt für Consumer-Electronics in Deutschland hat in 2008 einen Umsatzzuwachs von 1,7 % auf € 23,673 Mrd. verzeichnet.¹ Das Marktwachstum im Bereich Consumer-Electronics lag damit weiterhin über dem gesamtwirtschaftlichen Wachstum. Basis für die positive Marktentwicklung ist die Digitalisierung von Produkten, Inhalten und Übertragungswegen, die auch 2008 vorangetrieben wurde.

TV

Wie in den Vorjahren gehörten auch 2008 hochauflösende, flache Fernsehgeräte und alle Geräte, die eine mobile Mediennutzung erlauben, zu den besonders nachgefragten Geräten. Dabei haben der Markt für TV-Displays um € 1,005 Mrd. (21,4 %) auf € 5,701 Mrd. sowie der Markt für Home-Audio um € 27 Mio. auf € 749 Mio. (3,6 %) zugelegt. Beim Umsatz mit Fernsehgeräten entfielen 2008 in Deutschland bereits 83 % (5,9 Mio. Stück) auf LCD-TVs und 14 % (0,7 Mio. Stück) auf Plasma-TVs. Insgesamt wurden 2008 in Deutschland knapp 7,5 Mio. Fernsehgeräte (+25 %) verkauft (inklusive Projektions-TV, mobile TV-Empfänger und Röhrengeräte).

Notebook

Der Umsatzzuwachs im Consumer-Electronics-Markt wurde darüber hinaus getragen von der weiterhin deutlich steigenden Nachfrage nach Notebooks. Insgesamt hat der Bereich Informationstechnologie einen um 5,5 % gestiegenen Umsatz von € 5,542 Mrd. erzielt.

Wachstumstreiber im Bereich PC/Multimedia waren Notebooks, deren mengenmäßiger Absatz um 47,3 % auf 4,43 Mio. Stück gestiegen ist und die bei einem um 21,8 % auf € 695 pro Stück reduzierten Durchschnittspreis ein Umsatzwachstum von 15,2 % auf € 3,082 Mrd. verzeichneten. Auch hier zeigte sich der gestiegene Wunsch nach Mobilität deutlich, besonders durch den rasanten Markteinstieg der Mini-Notebooks.

Demgegenüber ging der Markt für Desktop-PCs bei einem Umsatzniveau von € 0,860 Mrd. im Umsatz um 7,5 % und bei den Stückzahlen um 4 % auf 1,35 Mio. zurück.

Navigationsgeräte

Erwartungsgemäß haben sich die Absatzmengen bei Navigationsgeräten mit einem Zuwachs von 16,1 % auf 4,327 Mio. Stück gesteigert. Da sich der Durchschnittspreis jedoch deutlich um 28,4 % auf € 204 pro Stück reduzierte, verringerte sich auch der Umsatz um 16,8 % auf € 0,883 Mrd. in diesem Marktsegment.

MEDION hat besondere Kompetenz und seinen Umsatzschwerpunkt im Bereich PC/Multimedia, der insgesamt ca. 63 % des Umsatzes im Konzern ausmacht. Der Bereich Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen trägt mit steigender Tendenz zu mittlerweile mehr als 37 % zum Umsatz bei.

¹ Die Zahlenangaben für die Entwicklung im Consumer-Electronics-Markt in Deutschland stammen aus dem Consumer-Electronics-Markt-Index CEMIX, der von der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) zusammen mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) herausgegeben wird.

5.2.1 Geschäftsmodell

Das seit über 20 Jahren national wie international bewährte MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Konsumenten zusammen mit den Partnern aus dem Handel funktional hochwertige und innovative Trendprodukte der Consumer-Electronics in attraktivem Design auf dem neuesten technologischen Stand in bester Qualität zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten und damit frühzeitig für breite Käuferschichten verfügbar zu machen.

Ergänzend zu dem klassischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, MEDION-Fotoservice, Software-Downloads und Online-Dienste. Darüber hinaus werden MEDION-Produkte über das Internet und unternehmenseigene Webshops in Deutschland und wichtigen zentral-europäischen Märkten vermarktet.

MEDION übernimmt gegenüber seinen Kunden, den international aufgestellten großen Handelsketten, nicht nur die Rolle des Lieferanten der Produkte, sondern – weit darüber hinausgehend – die Funktion eines Full-Service-Dienstleisters, der für seine Kunden die gesamte Wertschöpfungskette – von der Entwicklung der Produktidee über die Herstellung und Logistik bis zum After-Sales-Service – managt und kontrolliert. Zusammen mit den Kunden werden in der Regel hochvolumige Vertriebsaktionen strukturiert und abgewickelt, die in vielen Fällen gleichzeitig in mehreren Ländern oder teilweise sogar auf mehreren Kontinenten stattfinden.

Dabei reduziert MEDION durch seine Full-Service-Kompetenz den Arbeitsaufwand für seine Handelskunden, so dass diese sich voll und ganz auf den Vertrieb der Produkte konzentrieren können. MEDION erbringt nicht alle Schritte der Wertschöpfungskette mit eigenen Kapazitäten, sondern bezieht in einem weltweiten Beschaffungsprozess international leistungsfähige Partner in die Projektstufen mit ein. Nach Entwicklung der Produktidee und des Produktdesigns durch MEDION in Abstimmung mit dem Kunden werden die Komponenten und Produkte bei weltweit tätigen namhaften Herstellern bezogen, womit deren technologisches Know-how und Produktionskompetenz in den Beschaffungsprozess integriert wird.

MEDION strukturiert, managt und kontrolliert den Logistikprozess, der durch leistungsfähige Spediteure erbracht wird. Wesentlicher Erfolgsfaktor für MEDION wie für seine Kunden ist der umfassende und leistungsfähige MEDION-After-Sales-Service, der über 365 Tage im Jahr sicherstellt, dass der Endkunde die gewünschte Unterstützung bei der Inbetriebnahme und Bedienung erhält sowie bei Bedarf auch eine schnelle Reparatur oder ein Austausch des Gerätes erfolgt. Durch die Einbeziehung der leistungsfähigsten Partner, insbesondere in den investitionsintensiven Bereichen der Wertschöpfungskette, stellt MEDION

sowohl hinsichtlich der anzubietenden Produktpalette als auch hinsichtlich der Kostenstrukturen seine Flexibilität sicher, um den Kunden topaktuelle Produktangebote zu einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten zu können.

Die MEDION-Produktpalette umfasst das gesamte Sortiment der modernen Konsumelektronik. Ob es sich um einen PC, ein Notebook, ein LCD- oder Plasma-Fernsehgerät, einen DVD-Recorder, einen MP3-Player, ein Navigationssystem oder einen eigenen Mobilfunktarif handelt: Bei MEDION erhält der Partner im Handel das umfassendste Angebot an moderner Konsumelektronik zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis aus einer Hand. Dazu gehören zunehmend komplementäre Dienstleistungen insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, Downloads und Online-Dienste wie Fotoservice.

Daneben gewinnt aufgrund des allgemeinen Trends zum Einkauf über das Internet auch der Direktverkauf an den Konsumenten über die MEDION-Website an Bedeutung. Durch die Konzentration auf die jeweiligen Stärken aller Beteiligten wird das MEDION-Geschäftsmodell für alle zum Gewinn:

- Die Endkunden erhalten beste Qualität und Service zu einem attraktiven Preis
- Den Herstellern erschließen sich neue Absatzwege
- Den Partnern im Handel bietet MEDION die Möglichkeit, attraktive Produkte in hohen Stückzahlen in meist zeitlich begrenzten Verkaufsaaktionen zu vermarkten

Gemeinsam mit diesen Partnern bietet MEDION ein umfangreiches Paket, das die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung bis zum After-Sales-Service umfasst. Seit nunmehr über 20 Jahren gelten folgende Grundsätze:

- Vermarktung von Trendprodukten der Consumer-Electronics
- hohe Qualität und ausgezeichnetes Design
- Unterstützung der Partner im Handel durch gemeinsame Marketingaktivitäten
- Profilierung der Marke MEDION durch fokussierte Marketingaktionen in Deutschland und in den europäischen Kernmärkten
- optimales Preis-Leistungs-Verhältnis
- Konzentration auf die weltweiten Top-Retailer
- Projektgeschäft statt Dauersortiment
- Bereitstellung eines umfangreichen Servicepaketes für den Endverbraucher
- Build-to-Order-Prinzip
- Absicherung von Währungsrisiken

Dabei zeichnet sich MEDION aus durch:

- die Erfahrung aus jährlich mehr als 2.000 neuen Projekten mit neuen Produkten
- das in über 20 Jahren aufgebaute weltweite Einkaufsnetzwerk
- die Nähe zu nationalen und internationalen Kunden
- die gut ausgebaute 365-Tage-After-Sales-Struktur
- attraktive Einkaufspreise durch hohe Beschaffungs- und Projektvolumina
- die Präsenz in mehr als 20 Ländern
- die hohe Flexibilität aufgrund flacher Organisationsstrukturen und schneller Entscheidungswege
- die über 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die MEDION jeden Tag neu ermöglichen

MEDION ist hauptsächlich in Deutschland und Europa aktiv und entwickelt das Geschäftsmodell mit neuen Produkten, dem Ausbau komplementärer Dienstleistungen sowie zielgruppenorientierten Marketingaktivitäten zur Stärkung der Marke kontinuierlich weiter.

5.2.2 Unternehmenssteuerung

Im MEDION-Konzern werden die strategischen und operativen Ziele vom Vorstand festgelegt. Im operativen Bereich verantworten Key-Account-Manager die wesentlichen Kunden und Produktmanager die wesentlichen Produktgruppen wie z. B. Notebook, PC, LCD-TV, mobile Navigationsgeräte sowie im Dienstleistungsbereich die relevanten Angebote (MEDIONmobile, MEDION-Fotoservice, Webshop).

Einkauf, Design, Qualitätskontrolle, Logistik und Marketing sind als Querschnittsfunktionen unternehmensübergreifend installiert.

MEDION versteht sich als Partner des Handels und ist damit auf höchste Kundenzufriedenheit und auf Qualität und Service besonders fokussiert.

Alle Geschäfte im MEDION-Konzern werden einer renditeorientierten Vor- und Nachprüfung unterzogen.

Werttreiber der Renditeorientierung im MEDION-Konzern ist die Anforderung, dass jedes abgewickelte Projekt eine EBIT-Marge erwirtschaften muss, die auf oder über der Zielerwartung für das Konzern-EBIT des laufenden Geschäftjahres liegt.

5.2.3 Die Wertschöpfungskette

Die Wertschöpfungskette der MEDION-Produkte



* Bei der Realisierung unserer Projekte arbeiten wir mit renommierten Partnern und Dienstleistern zusammen: die hier gekennzeichneten Punkte erbringen Dritte.

5.2.4 Die Struktur des MEDION-Konzerns

Bei den ausländischen Tochtergesellschaften handelt es sich zumeist um Unternehmen, die Vertriebs- und Servicedienstleistungen für die MEDION AG in den jeweiligen Ländern erbringen.

Die eigentliche Projektabwicklung und die Logistik werden grundsätzlich zentral von der MEDION-Organisation in Deutschland gesteuert. Im Rahmen der Deutschland-Organisation sind die Call-Center-Aktivitäten in der Allgemeine Multimedia Service GmbH und die Reparatur- und Logistikdienstleistungen für After-Sales- und E-Commerce-Geschäfte in der MEDION Service GmbH gebündelt.

Der MEDION-Konsolidierungskreis verringerte sich in 2008 um eine Gesellschaft. Die Liquidation der Tochtergesellschaft MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien, wurde im April 2008 abgeschlossen.

TOCHTERGESELLSCHAFTEN DER MEDION AG

Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen
MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr
MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich
MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien
MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark
MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich
MEDION B.V., Panningen, Niederlande
MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien
MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz
MEDION USA Inc., Delaware, USA
MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien
MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien
MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China*
LIFETEC International Ltd., Hongkong, China*
MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China*

VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG UND/ODER SERVICE

*KEIN OPERATIVES GESCHÄFT

5.3.1 Geschäftsentwicklung 2008 – Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Entwicklung

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	2008		2007		+/-	
Umsatz	1.603,7	100,0	1.659,3	100,0	-55,6	-3,4
Materialeinsatz	-1.420,0	-88,5	-1.470,6	-88,6	50,6	3,4
Rohertrag	183,7	11,5	188,7	11,4	-5,0	-2,6
Personalaufwand	-46,7	-2,9	-47,0	-2,8	0,3	0,6
Übrige Aufwendungen u. Erträge	-97,3	-6,1	-106,5	-6,5	9,2	8,6
Abschreibungen	-5,3	-0,3	-6,7	-0,4	1,4	20,9
EBIT	34,4	2,2	28,5	1,7	5,9	20,7
Finanzergebnis	4,5	0,3	1,5	0,1	3,0	> 100,0
EBT	38,9	2,5	30,0	1,8	8,9	29,7
Steuern	-12,5	-0,8	-9,7	-0,6	-2,8	-28,9
Konzernüberschuss	26,4	1,7	20,3	1,2	6,1	30,0

Obwohl sich die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und im Euroraum von Quartal zu Quartal verschlechtert hat, ist das Geschäftsjahr 2008 für MEDION insgesamt erfolgreich verlaufen. Auch im abgelaufenen Jahr hat der strukturelle Preisverfall in den wesentlichen Produktgruppen von MEDION (Notebook, Desktop-PC, mobile Navigationsgeräte) weiter angehalten. Nach einem Umsatzwachstum im Neunmonatszeitraum 2008 verzeichnete der MEDION-Konzern im 4. Quartal einen deutlichen Umsatzrückgang, insbesondere bedingt durch ein zurückgehendes Geschäft auf wichtigen europäischen Kernmärkten gegen Ende des Quartals. Jedoch haben die bereits in den Vorjahren eingeleitete gezielte Bereinigung des Produktportfolios um transaktionsintensive Segmente und die Konzentration auf effiziente Auftragsstrukturen zu einer deutlichen Verbesserung der Ertragsituation geführt. Das um 20,7 % auf € 34,4 Mio. angestiegene operative Ergebnis (EBIT) sowie ein verbessertes Zinsergebnis führten zu einem um 30,0 % gestiegenen Konzernjahresüberschuss bzw. einem von € 0,42 auf € 0,57 gestiegenen Ergebnis pro Aktie.

Vor dem Hintergrund dieser positiven Ertragsentwicklung schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 15. Mai 2009 vor, eine Dividende von € 0,15 je gewinnberechtigte Stückaktie auszuschütten.

Eine Prognose für das laufende Geschäftsjahr ist aufgrund der deutlich verschlechterten Konjunktur- und Konsumaussichten für den Euroraum und der schwer prognostizierbaren volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen nach wie vor mit einer hohen Unsicherheit verbunden.

Der Vorstand geht davon aus, dass das Jahr 2009 vor dem Hintergrund der anhaltenden wirtschaftlichen Belastungen durch die Rezession im Euroraum zu einer verringerten Nachfrage der Konsumenten nach Consumer-Electronics-Produkten führen wird. Insofern ist auch für MEDION in 2009 mit einem nennenswerten Umsatzrückgang zu rechnen; insgesamt soll jedoch ein deutlich positives operatives Ergebnis erzielt werden.

5.3.2 Umsatzentwicklung

Die Marktstabilisierung und die daraus resultierende positive Geschäftsentwicklung in 2007 hielt in den ersten neun Monaten des Jahres 2008 weiter an. Trotz des anhaltenden Preisdrucks und den immer kürzer werdenden Produktzyklen konnte MEDION im Neunmonatszeitraum des Berichtsjahres den Umsatz des Vorjahres übertreffen und somit seine Marktposition halten, in Teilbereichen mit neuen innovativen Produkten sogar stärken. Insbesondere die Trends zu neuen Produkten und Designs, wie dem Mini-Notebook oder neue Widescreenformate bei Notebooks, bekräftigten die Produktstrategie von MEDION.

Im Zuge der weltweiten Finanzkrise zeigte sich im letzten Quartal 2008 jedoch eine sukzessive, stetig steigende und somit spürbare Abkühlung des Einzelhandelsklimas. Auch wenn das Interesse des Endverbrauchers weiterhin groß war, zeigten sich die konjunkturellen Auswirkungen der Finanzkrise in vorsichtigeren Ordervolumina der wesentlichen Handelskunden. Im 4. Quartal ergab sich somit bei MEDION ein Umsatzrückgang von 12,7 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Insgesamt blieb der Umsatz mit € 1.603,7 Mio. um 3,4 % unter dem Vorjahr (€ 1.659,3 Mio.).

UMSÄTZE NACH REGIONEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	2008		2007		+/-	
Deutschland	1.091,3	68,1	1.118,2	67,4	-26,9	-2,4
Europa	434,8	27,1	455,5	27,4	-20,7	-4,5
Übriges Ausland	77,6	4,8	85,6	5,2	-8,0	-9,3
Umsatz	1.603,7	100,0	1.659,3	100,0	-55,6	-3,4

Wichtigster Markt war auch in 2008 weiterhin Deutschland, wo der Umsatz mit einem nur leichten Rückgang von 2,4 % auf € 1.091,3 Mio. in etwa auf Vorjahresniveau gehalten werden konnte. Uneinheitlich entwickelte sich dagegen der übrige europäische Raum. In den Beneluxländern, Österreich, Schweiz und dem iberischen Markt konnten die Umsätze im Gesamtjahr deutlich steigen, den Umsatzrückgang auf wichtigen Märkten, wie Frankreich und Großbritannien, konnten sie dennoch nicht kompensieren. Insgesamt blieben die ausländischen Umsätze mit € 512,4 Mio. somit um 5,3 % unter dem Vorjahresniveau.

**UMSÄTZE NACH
BEDARFSBEREICHEN**

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	2008		2007		+/-	
PC/Multimedia	1.007,6	62,8	1.135,7	68,4	-128,1	-11,3
Unterhaltungselektronik/ Dienstleistungen	596,1	37,2	523,6	31,6	72,5	13,8
Umsatz	1.603,7	100,0	1.659,3	100,0	-55,6	-3,4

Der Bedarfsbereich PC/Multimedia stellt weiterhin den stärksten Umsatzanteil von MEDION dar. Der Anteil am Gesamtumsatz hat sich jedoch von 68,4 % in 2007 auf 62,8 % in 2008 ermäßigt. Einerseits ist dieses begründet durch den Trend zu kleineren preisgünstigeren Geräten wie dem Mini-Notebook und dem deutlichen Preisverfall bei mobilen Geräten wie Navigationsgeräten, andererseits zeigt dieses aber auch den Erfolg der stetigen Produktentwicklungen von MEDION. In 2008 konnten weitere wichtige Schritte in Richtung Dienstleistungsgeschäft und Geschäft mit digitalem Content erreicht und der korrespondierende Umsatz somit um 13,8 % auf € 596,1 Mio. gesteigert werden.

5.3.3 Ertragslage

Rohhertrag

Die Ertragssituation konnte in 2008 mit einer Rohhertragsmarge von 11,5 % auf dem Niveau des Vorjahres (11,4 %) stabilisiert werden. Trotz wettbewerbsinduziertem Preisdruck, insbesondere auch durch den Trend zu kleinen, aber leistungsfähigen Produkten, wie beispielsweise dem Mini-Notebook, hat MEDION demnach seine Ertragskraft sichtbar halten können. Das beweist zum einen den Erfolg der in den Vorjahren eingeleiteten und auch in 2008 konsequent fortgeführten Strategie zu einer effizienten Produkt- und Kundenportfoliosteuerung im Rahmen einer gezielten Bereinigung um transaktionsintensive Produkte. Zum anderen unterlegt dieses den Erfolg der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells vom reinen Projektgeschäft mit Hardware zum digitalen Content- und Dienstleistungsangebot. Somit lassen sich die Erträge durch längerfristige Kundenbindungen nachhaltig absichern.

Personalaufwand

Nach dem deutlichen Rückgang in 2007 um rund 9,3 % konnte der Personalaufwand in 2008 mit € 46,7 Mio. konstant gehalten werden (Vorjahr: € 47,0 Mio.). Zum Bilanzstichtag waren 1.069 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) im MEDION-Konzern beschäftigt (Vorjahr: 1.093).

PERSONALAUFWAND

	2008	2007
Personalaufwand, gesamt in T€	46.641	46.982
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.072	1.138
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	43.508	41.285

Der Rückgang der Mitarbeiterzahl war im Wesentlichen im Service-Bereich (-105 FTE) durch das weitere Outsourcing der Dienstleistungen Reparatur und Call-Center zu verzeichnen. Vor diesem Hintergrund sowie der Verstärkung insbesondere des Kernbereiches Vertrieb erklärt sich der Anstieg des durchschnittlichen Personalaufwandes pro Mitarbeiter um 5,4 % auf € 43.508.

**VERÄNDERUNG
DURCHSCHNITTLICHE
MITARBEITERZAHL
(VOLLZEITÄQUIVALENTE)**

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Entwicklung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl, getrennt nach Mitarbeitergruppen sowie Inland und Ausland.

	Anzahl 2008	Anzahl 2007	+/- Anzahl	+/- %
Inland				
Vertrieb	239	213	26	12
Service	482	589	-107	-18
Verwaltung	127	111	16	14
	848	913	-65	-7
Ausland				
Vertrieb	30	32	-2	-6
Service	176	174	2	1
Verwaltung	18	19	-1	-5
	224	225	-1	0
Gesamt				
Vertrieb	269	245	24	10
Service	658	763	-105	-14
Verwaltung	145	130	15	12
	1.072	1.138	-66	-6

Abschreibungen

Die Abschreibungen haben sich im Berichtszeitraum aufgrund der geringen Investitionstätigkeit um 20,9 % auf € 5,3 Mio. reduziert (Vorjahr: € 6,7 Mio.).

Während die Abschreibungen auf Sachanlagen relativ konstant blieben, verminderten sich die Abschreibungen auf Software und Lizenzen um 38,7 % auf € 2,1 Mio. (Vorjahr: € 3,5 Mio.).

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge

	Mio. € 2008	Mio. € 2007	Mio. € +/-	%
Sonstige betriebliche Aufwendungen				
Vertriebsaufwendungen	-81,9	-91,9	10,0	10,9
davon Marketing	-33,8	-27,5	-6,3	-22,9
davon Kundenservice	-22,8	-34,7	11,9	34,3
davon Sonstiges	-25,3	-29,7	4,4	14,8
Verwaltungsaufwendungen	-12,1	-12,4	0,3	2,4
Betriebsaufwendungen	-5,9	-6,0	0,1	1,7
Übrige	-2,3	-2,5	0,2	8,0
	-102,2	-112,8	10,6	9,4
Sonstige betriebliche Erträge	4,9	6,3	-1,4	-22,2
Saldo	-97,3	-106,5	9,2	8,6

Nach einer Erhöhung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vorjahr haben sich diese im Berichtsjahr um € 10,6 Mio. auf € 102,2 Mio. reduziert (9,4 %) und entsprechen damit 6,4 % des Umsatzes (Vorjahr: 6,8 %).

Wesentlich begründet ist diese Reduzierung durch einen Rückgang der Vertriebsaufwendungen um 10,9 % auf einen Umsatzanteil von 5,1 % nach 5,5 % im Vorjahr. Zwar erhöhten sich die Marketingaufwendungen um € 6,3 Mio. auf € 33,8 Mio. durch gezielte Investitionen in die Stärkung der Markenattraktivität von MEDION und in die Entwicklung neuer Designs und Produkte, dagegen konnten jedoch die Aufwendungen für den Kundenservice um 34,3 % auf € 22,8 Mio. gesenkt werden. Grundlage hierfür waren das Auslaufen der Garantie für das Rekordumsatzjahr 2005, die konsequente Verlagerung von Reparaturtätigkeiten nach Osteuropa sowie Einzelmaßnahmen mit dem Ziel, die Transaktionskosten nachhaltig zu reduzieren.

Im Bereich der sonstigen Vertriebsaufwendungen konnten durch Rückgänge in den Fracht- und Retourenvolumina sowie durch Optimierungsmaßnahmen weitere Einsparungen erzielt werden.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betreffen Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Provisionserlöse sowie periodenfremde Erträge.

5.3.4 Operatives Ergebnis (EBIT)

Operatives Ergebnis (EBIT)

	Mio. € 2008	Mio. € 2007	Mio. € +/-	%
Deutschland	23,6	22,3	1,3	5,8
Europa	9,1	9,0	0,1	1,1
Übriges Ausland	1,7	-2,8	4,5	>100,0
EBIT	34,4	28,5	5,9	20,7

Aufgrund der zuvor genannten operativen und strategischen Maßnahmen konnte die Ertragskraft im MEDION-Konzern spürbar gestärkt werden. Das operative Ergebnis konnte trotz deutlichem Umsatzrückgang im wichtigen 4. Jahresquartal insgesamt um 20,7 % auf € 34,4 Mio. gesteigert werden (Vorjahr: € 28,5 Mio.). Qualitativ bedeutet dies eine Stärkung der Ertragskraft im Berichtsjahr auf 2,2 % vom Umsatz nach 1,7 % im Vorjahr. Dabei entwickelte sich die Ertragskraft sowohl im deutschen als auch in den ausländischen Märkten positiv. Das auf die inländischen Umsätze entfallende EBIT von € 23,6 Mio. entspricht einer Umsatzrendite von 2,2 % nach 2,0 % im Vorjahr, im Ausland konnte sogar eine Steigerung von 1,3 % auf 2,1 % realisiert werden.

5.3.5 Ertragsteuern

Ertragsteuern

	Mio. € 2008	Mio. € 2007
Effektive zahlungswirksame Steuern	5,1	5,5
Latente Ertragsteuern		
Verbrauch aktiver latenter Steuern	6,8	6,0
Bildung aktiver latenter Steuern	0,0	-7,3
Steuersatzeffekt aus Steuerreform 2008	0,0	5,2
Übrige latente Steuern	0,2	0,2
Ertragsteueraufwand	12,1	9,6

Wegen der Regelungen zur Mindestbesteuerung in Deutschland fallen trotz der noch bestehenden steuerlichen Verlustvorträge der MEDION AG effektive Steuerbelastungen von € 4,4 Mio. im Berichtsjahr an.

Aufgrund des Jahresüberschusses 2008 der MEDION AG wurden im Berichtsjahr € 6,8 Mio. der zum 31. Dezember 2007 aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge (€ 26,1 Mio.) verbraucht. Auf Basis der an die veränderten konjunkturellen Rahmenbedingungen angepassten mittelfristigen Unternehmensprognose geht MEDION davon aus, dass sämtliche noch bestehenden steuerlichen Verlustvorträge in einem als hinreichend sicher definierten Planungshorizont genutzt werden können.

5.3.6 Vermögens- und Finanzlage

BILANZSTRUKTUR

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	31.12.2008		31.12.2007		+/-	
Zahlungsmittel/-äquivalente	184,2	26,3	245,2	30,2	-61,0	-24,9
Vorräte	158,3	22,6	231,4	28,5	-73,1	-31,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	244,5	34,9	208,4	25,7	36,1	17,3
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	57,5	8,2	65,8	8,2	-8,3	-12,6
Kurzfristige Vermögenswerte	644,5	92,0	750,8	92,6	-106,3	-14,2
Sachanlagen	32,2	4,6	34,2	4,2	-2,0	-5,8
Immaterielle Vermögenswerte	3,4	0,5	4,0	0,5	-0,6	-15,0
Latente Steuern	16,3	2,3	18,2	2,3	-1,9	-10,4
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,9	0,6	3,9	0,4	0,0	0,0
Langfristige Vermögenswerte	55,8	8,0	60,3	7,4	-4,5	-7,5
Summe Aktiva	700,3	100,0	811,1	100,0	-110,8	-13,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	128,4	18,3	162,4	20,0	-34,0	-20,9
Steuerrückstellungen	5,8	0,8	4,1	0,5	1,7	41,5
Übrige Rückstellungen	187,5	26,8	178,4	22,0	9,1	5,1
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	20,7	3,0	102,0	12,6	-81,3	-79,7
Kurzfristige Verbindlichkeiten	342,4	48,9	446,9	55,1	-104,5	-23,4
Langfristige Verbindlichkeiten	2,5	0,4	4,2	0,5	-1,7	-40,5
Eigenkapital	398,4	56,9	385,8	47,6	12,6	3,3
abzgl. erworbener eigener Aktien	-43,0	-6,2	-25,8	-3,2	-17,2	-66,7
Bilanzielles Eigenkapital (IFRS)	355,4	50,7	360,0	44,4	-4,6	-1,3
Summe Passiva	700,3	100,0	811,1	100,0	-110,8	-13,7

Die Bilanzsumme des Konzerns verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 13,7 % auf € 700,3 Mio.

Auf der Aktivseite sind insbesondere die Vorräte deutlich um € 73,1 Mio. auf € 158,3 Mio. zurückgegangen. Im Vorjahr waren hohe Bestellvolumina für im Januar 2008 auszuliefernde Projekte bereits zum Abschlusstichtag im Bestand. Demgegenüber sind die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit € 244,5 Mio. um € 36,1 Mio. abrechnungsbedingt zum 31. Dezember 2008 höher als im Vorjahr. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind aufgrund der geringeren Vorräte um € 34,0 Mio. auf € 128,4 Mio. gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen.

MEDION verfügt über sehr solide Bilanzstrukturen, die sich im Geschäftsjahr 2008 weiter verbessert haben. Das Eigenkapital (vor Erwerb eigener Aktien) hat sich aufgrund des Konzernjahresüberschusses 2008 um € 12,6 Mio. auf € 398,4 Mio. erhöht und macht damit 56,9 % (bilanziell betrachtet: 50,7 %) der Bilanzsumme aus; im Vorjahr lag die Quote des bilanziellen Eigenkapitals bei 44,4 %. Im Verlauf des Jahres 2008 wurden weitere eigene Aktien erworben, deren Rückkaufswert für nunmehr insgesamt 3.169.104 Stück € 43,0 Mio. beträgt und die nach IFRS offen mit dem Eigenkapital saldiert ausgewiesen werden.

Der Konzern verfügt trotz der für den Ankauf eigener Aktien gebundenen Liquidität über freie Liquiditätsreserven von € 184,2 Mio. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass das im Vorjahr mit € 83,3 Mio. ausgewiesene Volumen der ABS-Transaktionen planmäßig auf € 2,2 Mio. zum 31. Dezember 2008 zurückgeführt wurde.

5.3.7 Kapitalflussrechnung

CASHFLOW	Mio.€	Mio.€	Mio.€	%
	2008	2007	+/-	
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	34,4	28,5	5,9	20,7
Planmäßige Abschreibungen und andere zahlungsunwirksame Aufwendungen	4,8	6,5	-1,7	-26,2
Brutto Cashflow	39,2	35,0	4,2	12,0
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen	-2,4	0,1	-2,5	>-100,0
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	9,6	25,7	-16,1	-62,6
Aus-/Einzahlungen für Steuern	-3,7	4,1	-7,8	>-100,0
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	42,7	64,9	-22,2	-34,2
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-2,9	-1,5	-1,4	-93,3
Free Cashflow	39,8	63,4	-23,6	-37,2
Auszahlungen für den Erwerb eigener Aktien	-17,2	-25,8	8,6	33,3
Auszahlungen Dividenden	-6,9	0,0	-6,9	-
Netto-Zahlungen Finanzverbindlichkeiten	-76,8	-63,5	-13,3	-20,9
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-100,9	-89,3	-11,6	-13,0
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-61,1	-25,9	-35,2	>-100,0
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	0,1	-0,1	0,2	>100,0
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	245,2	271,2	-26,0	-9,6
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	184,2	245,2	-61,0	-24,9

Durch die in 2008 erreichte weitere Verbesserung der Ertragskraft konnte der Brutto Cash-flow auf € 39,2 Mio. gesteigert werden. Zusätzlich wurden aus dem Ergebnis € 9,6 Mio. den übrigen Rückstellungen zugeführt, die noch nicht zu Zahlungsmittelabflüssen geführt haben. Damit errechnet sich ein Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit von € 42,7 Mio.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ist mit € -2,9 Mio. weiterhin gering. Primär wurden Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen in die Betriebsausstattung sowie EDV-Hard- und -Software, hier insbesondere für das neue Webshop-System, von insgesamt € 3,3 Mio. (Vorjahr: € 2,0 Mio.) getätigt. Dem stehen Einzahlungen aus dem Verkauf von Anlagevermögen von € 0,3 Mio. (Vorjahr: € 0,5 Mio.) gegenüber.

Durch Auszahlungen für den Erwerb eigener Aktien von € 17,2 Mio. und die Rückführung der Verbindlichkeiten aus ABS-Finanzierung (Netto-Zahlungen Finanzverbindlichkeiten € -76,8 Mio.) sowie die für das Geschäftsjahr 2007 in 2008 gezahlte Dividende in Höhe von € 6,9 Mio. ergibt sich ein Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit von € -100,9 Mio.

Nach den Finanzmittelabflüssen aus Finanzierungstätigkeit ergab sich eine zahlungswirksame Verminderung des Finanzmittelfonds von € -61,0 Mio. auf einen Jahresendstand an freier Liquidität in Höhe von € 184,2 Mio.

Stichtags-Liquidität

Dem Finanzmittelfonds von € 184,2 Mio. (Vorjahr: € 245,2 Mio.) standen zum 31. Dezember 2008 – anders als zum 31. Dezember 2007 – nur geringe Netto-Verbindlichkeiten aus den Asset-Backed-Security-Finanzierungen gegenüber (Vorjahr: € 83,3 Mio.), so dass mit den ebenfalls zurückgezahlten Anleihen (Vorjahr: € 0,3 Mio.) die Stichtags-Liquidität annähernd den Zahlungsmitteln bzw. -äquivalenten entspricht.

Als „Net-Cash“ ergibt sich folgender Betrag:

	Mio. € 31.12.2008	Mio. € 31.12.2007
Finanzmittelfonds	184,2	245,2
Abzüglich:		
Netto-ABS-Verbindlichkeiten	2,2	83,3
Anleihen	0,0	0,3
	182,0	161,6

Insoweit ist der ausgewiesene Net-Cash-Bestand von € 182,0 Mio. Resultat der hohen Eigenmittelfinanzierung im Konzern und des weiter optimierten Working-Capital-Managements.

Der MEDION-Konzern verfügte das ganze Jahr über eine deutlich positive Netto-Cash-Position. Bankkredite mussten im Berichtsjahr nicht aufgenommen werden. Die gute Liquidität im Konzern schlägt sich in dem positiven Finanzergebnis von € 4,5 Mio. nieder.

Insgesamt verfügt die MEDION AG mit dem hohen Eigenkapital von über € 355 Mio., einer bilanziellen Eigenkapitalquote von 50,7 %, der hohen Liquidität von zum Stichtag € 184,2 Mio. und einem flexiblen und kostengünstigen Finanzierungsinstrument in Form von vertraglich vereinbarten Asset-Backed-Security-Finanzierungsmöglichkeiten sowie dem bestehenden mehrjährig abgeschlossenen Projektfinanzierungsrahmen (Syndicated Loan) über gute Finanzierungsrahmenbedingungen.

5.4.1 Entwicklung

In 2008 konnten wie bereits im Vorjahr Einsparungen bei den Personalkosten realisiert werden. Die Anzahl der im MEDION-Konzern in 2008 durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter hat sich umgerechnet auf Vollzeitäquivalente von 1.138 im Vorjahr um 5,8 % auf 1.072 verringert. Davon entfielen auf die MEDION AG und ihre inländischen Tochtergesellschaften 848 (Vorjahr: 913) und auf die ausländischen Gesellschaften 224 (Vorjahr: 225).

Durch die Personalanpassung hat sich der Personalaufwand im Berichtsjahr (T€ 46.641) im Vergleich zu 2007 (T€ 46.982) um T€ 341 (= 0,7 %) verringert.

Die erzielten Kosteneinsparungen lassen sich planmäßig im Wesentlichen auf einen fluktuationsbedingten Personalabbau zurückführen. Die in diesem Zusammenhang stehenden personellen Veränderungen betrafen alle Unternehmensbereiche. Die in den Vorjahren eingeleiteten Maßnahmen zur Strukturverbesserung und Verschlanung der Prozesse sowie zu einer weiteren Effizienzsteigerung wurden unter Beachtung der veränderten Rahmenbedingungen konsequent fortgesetzt.

Darüber hinaus wirkte sich in 2008 bei den Personalkosten die Auslagerung des Lagers im Bereich After-Sales-Service der MEDION Service GmbH aus. Die Auslagerung ist in Form eines Teilbetriebsübergangs auf den externen Dienstleister erfolgt, der bereits im Jahr 2006 den Posteingang der MEDION Service GmbH übernommen hat.

Zielsetzung der Unternehmensentscheidung, die bislang von der MEDION Service GmbH in Eigenleistung erbrachten Servicedienstleistungen im Bereich der Lagerhaltung und Ersatzteilbevorratung künftig von diesem Drittunternehmen durchführen zu lassen, sind die Schaffung von weiteren Synergieeffekten sowie vor allem die Räumung der Immobilie MEDION Technologie Center in Mülheim an der Ruhr sowie deren Zuführung zu einer anderweitigen Nutzung.

Vor dem Hintergrund der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Gesamtkonzerns wurde daher zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat eine Betriebsvereinbarung abgeschlossen. Hierin wurde geregelt, dass die von dem Teilbetriebsübergang betroffenen Mitarbeiter gemäß § 613 a BGB unter Wahrung ihres gesamten arbeitsrechtlichen sowie sozialen Besitzstandes auf den neuen Arbeitgeber übergeleitet wurden.

Darüber hinaus wurden in der Betriebsvereinbarung umfassende Maßnahmen zum Schutz der übergegangenen Mitarbeiter definiert, die insgesamt einen Zeitraum von 18 Monaten abdecken und für den unwahrscheinlichen Fall greifen, dass der neue Arbeitgeber gezwungen sein könnte, innerhalb dieses Zeitraums betriebsbedingte Kündigungen gegenüber den übernommenen Mitarbeitern aussprechen zu müssen.

Neben einem finanziellen Ausgleich in Form von Abfindungszahlungen in diesem Fall beinhaltet die Betriebsvereinbarung eine Regelung über einen Sonderfonds, der zur Milderung von besonderen Fällen eingerichtet wurde. Von dem Teilbetriebsübergang waren insgesamt 30 Mitarbeiter betroffen.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Veränderung der Mitarbeiterzahlen zum 31. Dezember 2008 gegenüber dem Vorjahresstichtag.

**VERÄNDERUNGEN MITAR-
BEITERZAHLEN (VOLLZEIT-
ÄQUIVALENTE ZUM 31.12.)**

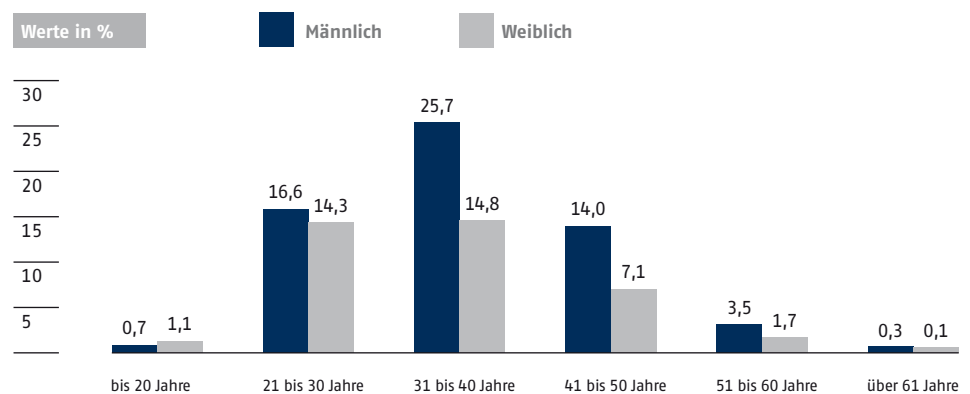
Inland	Anzahl 2008	Anzahl 2007	+/- Anzahl	+/- %
Vertrieb	249	226	23	10
Service	477	511	-34	-7
Verwaltung	140	124	16	13
	866	861	5	1
Ausland				
Vertrieb	27	32	-5	-16
Service	159	183	-24	-13
Verwaltung	17	17	0	0
	203	232	-29	-13
Gesamt				
Vertrieb	276	258	18	7
Service	636	694	-58	-8
Verwaltung	157	141	16	11
	1.069	1.093	-24	-2

In 2009 sind weitere Maßnahmen zur Optimierung von Strukturen und Prozessen geplant. In diesem Zusammenhang sind weitere Kosteneinsparungspotentiale neben einem fluktuationsbedingten Personalabbau realisierbar.

5.4.2 Struktur

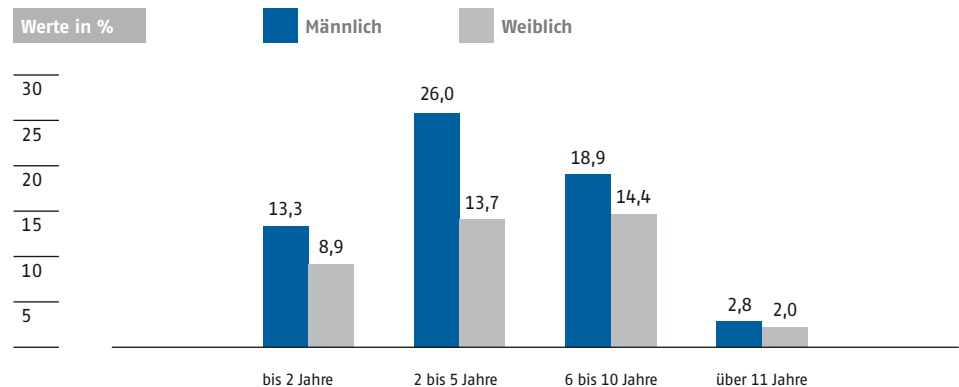
Aufgrund des rasanten Unternehmenswachstums in den Jahren bis 2004 und des damit verbundenen schnellen Personalaufbaus weisen die bei MEDION beschäftigten Mitarbeiter ein junges Durchschnittsalter und eine relativ kurze Beschäftigungsdauer auf. Im Berichtsjahr waren bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften 39,0 % Frauen (Vorjahr: 35,9 %) und 61,0 % Männer (Vorjahr: 64,1 %) beschäftigt. Das Durchschnittsalter hat sich im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig verändert und lag in 2008 bei 35,9 Jahren (Vorjahr: 35,7). Die nachfolgende Darstellung gibt einen Überblick über die Altersstruktur der Mitarbeiter, getrennt nach Frauen und Männern.

ALTERSSTRUKTUR



Die Durchschnittsdauer der Beschäftigung bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften lag im Jahr 2008 bei ca. 5,2 Jahren (Vorjahr: 4,9 Jahre).

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT



Die Krankenstatistik im Bereich der MEDION AG lag im Berichtsjahr bei 3,7 % (Vorjahr: 3,3 %) und damit unter dem Bundesdurchschnitt von 3,8 % (Vorjahr: 3,8 %).

5.4.3 Wesentliche Vereinbarungen

MEDION legt großen Wert auf eine offene und freundliche Unternehmenskultur und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der Mitarbeitervertretung und den einzelnen Mitarbeitern.

Die Zusammenarbeit zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat war auch im von erforderlichen Anpassungsmaßnahmen geprägten Geschäftsjahr 2008 von einem konstruktiven Miteinander getragen.

Die Personalveränderungen wurden unter Beachtung der Sozialverträglichkeit umgesetzt. Die Entscheidungen der Unternehmensleitung wurden vom Betriebsrat in verantwortungsbewusster Art und Weise begleitet.

Die Maßnahmen stießen bei den Beschäftigten trotz der damit verbundenen Konsequenzen auf breiter Basis auf Verständnis und Einsicht in die Notwendigkeit.

Vorstand und Mitarbeitervertretung sind gemeinsam davon überzeugt, dass sozialkompetente Verhaltensweisen das Betriebsklima nachhaltig positiv beeinflussen, die Arbeitsprozesse verbessern, damit die Produktivität und die Qualität der Arbeitsergebnisse steigern und somit vielfältige positive Auswirkungen für das Unternehmen und die Mitarbeiter bringen. Daher wurde in Zusammenarbeit mit der Mitarbeitervertretung ein Personalentwicklungskonzept entwickelt, welches den partnerschaftlichen Umgang aller im Unternehmen tätigen Personen unterstützt und in einer Betriebsvereinbarung festgeschrieben wurde.

Darüber hinaus gibt es im MEDION-Konzern eine Reihe von wichtigen Betriebsvereinbarungen, die zum einen der langfristigen Mitarbeiterbindung und zum anderen einer den Markterfordernissen angepassten höheren Flexibilisierung innerhalb des Unternehmens dienen.

Eine wesentliche Betriebsvereinbarung regelt die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Call-Center. Wegen des branchentypisch wechselnden Arbeitsanfalls war es erforderlich, die individuelle Arbeitszeit der Mitarbeiter im Call-Center an die aufgrund des Aktionsgeschäftes stark schwankende Auslastung anzupassen. Zielsetzung war es, eine flexiblere und bedarfsgerechte Organisation der Arbeitszeiten im Call-Center zu erreichen, um sich den durch die höhere Produktkomplexität gestiegenen Kundenanforderungen anzupassen. Diese Maßnahmen sind von strategischer Bedeutung, da die Effizienz des Call-Centers wesentlicher Baustein für die Kundenzufriedenheit und damit für den nachhaltigen Erfolg der MEDION-Produkte im Markt ist. Letztendlich dienen diese Maßnahmen dazu, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und zu steigern. Gleichzeitig wurden damit die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um künftig verstärkt auch Dritten marktgerechte Call-Center-Dienstleistungen anbieten zu können.

Im Berichtsjahr wurde zwischen Unternehmensleitung und Betriebsrat eine Betriebsvereinbarung zur Einführung von Qualitätsmaßnahmen im Call-Center geschlossen und nach einer dreimonatigen Einführungsphase erfolgreich umgesetzt. Diese Maßnahmen dienen dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit und wesentlicher Kundenbeziehungen sowie der Erhaltung/Schaffung zukunftssicherer Arbeitsplätze.

Ein Instrument zur langfristigen Mitarbeiterbindung bei der MEDION AG und ihren inländischen Tochtergesellschaften ist die betriebliche Altersversorgung. Das Angebot der Inanspruchnahme einer Direktversicherung und Pensionskasse wird seit Einführung im Jahr 2005 von insgesamt ca. 30 % der bei der MEDION AG beschäftigten Mitarbeiter genutzt.

Die MEDION AG hat im Berichtsjahr das in 2007 aufgesetzte Konzept zur betrieblichen Gesundheitsförderung erfolgreich fortgesetzt. Ein wesentlicher Bestandteil ist die finanzielle Unterstützung aller im Konzern interessierten Mitarbeiter bei der Raucherentwöhnung durch anerkannte medizinische Verfahren.

Die Vergütungssysteme wurden den sich wandelnden Erfordernissen angepasst. Das im Jahr 2005 in einem Teilbereich des Unternehmens eingeführte einheitliche Gehaltsmodell, in dem Mitarbeiter je nach Grad ihrer Qualifikation in bestimmte Entgeltgruppen eingruppiert werden und durch Qualifizierungsmaßnahmen in den Bereichen Kommunikation sowie Führungskräfteentwicklung systematisch weitergebildet werden, hat sich im Berichtsjahr im Hinblick auf die dadurch angestrebte qualitative Verbesserung des Service als außerordentlich wirksam und erfolgreich erwiesen.

Bei den Führungskräften sind flächendeckend Vergütungssysteme eingeführt, die sich aus einem Fixum und einem variablen Anteil auf der Basis von individuellen Zielvereinbarungen zusammensetzen. Die individuellen Zielvereinbarungen werden dabei anhand von unternehmensbezogenen und persönlichen Zielen festgelegt.

Im Rahmen der Personalentwicklung wurden im Berichtsjahr insbesondere im Call-Center Maßnahmen durchgeführt, die der Qualitätssteigerung dienen. An einem zu diesem Zweck durchgeführten Assessment-Center nahmen 31 Mitarbeiter (Vorjahr: 36) teil. 2008 wurde das Instrument Assessment-Center erstmals nicht ausschließlich zum Zwecke der Personalentwicklung, sondern auch für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter eingesetzt. Darüber hinaus wurden den Mitarbeitern externe Weiterbildungsmaßnahmen und IT-bezogene Schulungen angeboten, die im Bereich SAP R/3 durch ein SAP-Inhouse-Competence-Center und im Bereich von Microsoft Office teilweise extern und teilweise durch das eigene Trainingsteam durchgeführt wurden.

Im Rahmen der im Unternehmen implementierten Compliance-Grundsätze zum Umgang mit nicht öffentlich bekannten Informationen aus dem betrieblichen Umfeld wurden im Berichtsjahr insgesamt 85 Mitarbeiter, die als sog. Insider gemäß dem Leitfaden der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) im sog. Insiderverzeichnis geführt werden, in einer Schulungsmaßnahme über die neuesten gesetzlichen Bestimmungen informiert. Darüber hinaus wurden solche Mitarbeiter, die in der Ausübung ihrer Funktion Aufgaben des Einkaufes, Produktentwicklung und -managements oder eines Vertriebes übernehmen, sonstige Aufträge an Dritte geben oder bestätigen sowie im weiteren Sinne mit Preis- und Vertragsverhandlungen oder deren Umsetzung betraut sind, zur Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen durch den Abschluss von Zusatzvereinbarungen verpflichtet. Damit wurde sichergestellt, dass mitarbeiter- und unternehmensseitig alle erforderlichen Maßnahmen zur Bekämpfung bzw. Vermeidung von Korruption und Vorteilsnahme getroffen sind.

MEDION beteiligt sich aktiv an der betrieblichen Ausbildung junger Menschen. Im Jahr 2008 waren insgesamt 45 (Vorjahr: 33) Auszubildende bei der MEDION AG beschäftigt, davon 13 Kaufleute im Groß- und Außenhandel, 5 Kaufleute der Bürokommunikation, 5 Mediengestalter für digitale und Printmedien, 2 Fachinformatiker sowie 5 IT-Systemelektroniker. Im Ausbildungsgang „Kaufmann/-frau im Dialogmarketing“, der erstmals im Vorjahr angeboten wurde, waren in 2008 insgesamt 15 Auszubildende beschäftigt. Alle 5 Auszubildende, die 2008 ihre Abschlussprüfung erfolgreich abgelegt haben, konnten in unterschiedlichen Abteilungen der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften übernommen werden. Ein Mitarbeiter durchlief im Jahr 2008 einen dualen Ausbildungsgang zum Diplom-Betriebswirt Business-Administration.

5.5 Forschung und Entwicklung

MEDION arbeitet sehr eng mit den führenden Herstellern von Komponenten und Produkten aus den Bereichen Multimedia und Unterhaltungselektronik zusammen. Dadurch besteht seit Jahren auch ein ständiger Zugang zu den neuesten Ergebnissen aus Forschungs- und Entwicklungsprojekten.

Entsprechend dem MEDION-Geschäftsmodell erfolgt jedoch eine Konzentration darauf, innovative Technologien schnell einem breiten Konsumentenkreis zugänglich zu machen. MEDION verfügt daher über keine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Bereich von so genannten Basistechnologien.

Allerdings arbeitet MEDION in zahlreichen Projekten zusammen mit anderen Partnern daran, im Rahmen der Digitalisierung die Integration der PC/Multimedia-Technologie mit den Geräten der klassischen Unterhaltungselektronik voranzubringen. MEDION wird dabei von führenden Technologiepartnern wegen seiner Fähigkeit als schneller Technologieintegrator von neuen Anwendungen für den Massenmarkt geschätzt. In 2008 wurden unter anderem so genannte Mini-Notebooks in hohen Stückzahlen zur Marktreife gebracht und die Integration von digitalen Multimedia-Anwendungen in Notebooks und Desktop-PCs von MEDION-Ingenieuren gemeinsam mit Partnern internationaler Konzerne weiterentwickelt. Auch bei mobilen Navigationsgeräten hat MEDION in 2008 neue Software-Applikationen gemeinsam mit den Anbietern von Navigationssoftware weiterentwickelt und auf den Markt gebracht.

Nicht zuletzt belegen die vielen guten Testergebnisse und zahlreichen Testsiege im In- und Ausland, dass MEDION-Produkte technologisch und bei der anwenderorientierten Bedienung führend sind.

5.6.1 Corporate Governance / 5.6.2. Vorstandsvergütungen

MEDION verpflichtet sich zu den Grundsätzen einer transparenten, verantwortlichen, auf Wertschöpfung ausgerichteten Leitung und Kontrolle des Unternehmens. Vorstand, Aufsichtsrat und leitende Mitarbeiter der MEDION AG identifizieren sich mit diesen Grundsätzen. MEDION erachtet die Verpflichtung zur Corporate Governance als wichtige Maßnahme zur Vertrauenssteigerung gegenüber gegenwärtigen und zukünftigen Aktionären, Fremdkapitalgebern, Mitarbeitern, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit auf nationalen und internationalen Märkten.

Dementsprechend erfüllt die MEDION AG grundsätzlich die Anforderungen und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 6. Juni 2008.

Abweichend zum Deutschen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat der MEDION AG keine Ausschüsse gebildet, da er lediglich drei Mitglieder umfasst.

Der ausführliche Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat zur Corporate Governance im MEDION-Konzern findet sich im Geschäftsbericht.

Der Vorstand der MEDION AG hat für das abgelaufene Geschäftsjahr seinen Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (§ 312 AktG) an den Aufsichtsrat erstattet und folgende Schlussklärung abgegeben:

„Nach den Umständen, die dem Vorstand zu dem Zeitpunkt, in dem berichtspflichtige Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bekannt waren, hat die Gesellschaft bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Berichtspflichtige Maßnahmen wurden im Geschäftsjahr weder getroffen noch unterlassen.“

5.6.2 Vorstandsvergütungen

Die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder besteht aus einer Reihe von Vergütungsbestandteilen. Im Einzelnen handelt es sich um das Fixum, die variable Vergütung sowie Nebenleistungen und Pensionszusagen.

Maßgebend für die Festlegung der Gesamtvergütungsstruktur des Vorstandes ist der Aufsichtsrat, der die Angemessenheit der Vergütungen bestimmt.

Die Vergütung für die Vorstandsmitglieder setzt sich aus erfolgsunabhängigen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Die erfolgsunabhängigen Teile bestehen aus Fixum und Nebenleistungen sowie Pensionszusagen, während die erfolgsbezogenen Komponenten aus einer variablen Vergütung bestehen.

Die feste Grundvergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Nebenleistungen umfassen Sachbezüge, die im Wesentlichen aus der Zurverfügungstellung von Versicherungen sowie von Dienstwagen bestehen. Als Vergütungsbestandteil sind diese Nebenleistungen vom einzelnen Vorstandsmitglied zu versteuern. Sie stehen allen Vorstandsmitgliedern prinzipiell in gleicher Weise zu; die Höhe variiert je nach der persönlichen Situation. Kredite oder Gehaltsvorschüsse wurden Vorstandsmitgliedern im Berichtsjahr nicht gewährt.

Die variable Vergütung setzt sich aus zwei Komponenten zusammen:

- einer jährlichen Tantieme, deren konkrete Höhe der Aufsichtsrat nach dem Erreichungsgrad der individuellen Zielvereinbarungen festlegt,
- und einer erfolgsabhängigen Tantieme für Gerd Brachmann und Christian Eigen.

Im Berichtsjahr wurden zwischen Aufsichtsrat und Vorstand planmäßig neue Verträge abgeschlossen.

Für den Zeitraum vom Januar bis zum August 2008 errechnet sich die erfolgsabhängige Tantieme nach der Formel

$$\text{Bemessungsgrundlage} \times \text{Tantiemeprozentsatz.}$$

Die Bemessungsgrundlage für die Tantieme im jeweiligen Geschäftsjahr war der Jahresüberschuss der Gesellschaft, vermindert um einen Verlustvortrag aus dem Vorjahr und um die Beträge, die nach Gesetz oder Satzung aus dem Jahresüberschuss in Gewinnrücklagen einzustellen sind.

Ab September 2008 bemisst sich die erfolgsabhängige Tantieme für Gerd Brachmann und Christian Eigen gemäß den neuen vertraglichen Regelungen nach dem Zielerreichungsgrad des am Anfang des Geschäftsjahres schriftlich mit dem Aufsichtsrat vereinbarten Unternehmensziels, das sich am EBIT (Gewinn vor Zinsaufwand und Steuern) orientiert. Der Vertrag sieht für bestimmte außerordentliche Belastungen/ Erträge Korrekturen des EBIT vor.

Darüber hinaus besteht für den Zeitraum ab September 2008 zusätzlich ein Anspruch auf eine aktienbasierte Vergütung nach folgender Maßgabe: Die Anzahl auf Zuteilung von Aktien der MEDION AG wird für die einzelnen Vorstandsmitglieder individuell für die Laufzeit der Verträge definiert und ist ebenfalls abhängig vom Zielerreichungsgrad der im Vorhinein schriftlich vereinbarten persönlichen Ziele. Der Anspruch auf Zuteilung der Aktien wird jährlich einen Monat nach Feststellung des Jahresabschlusses für das abgelaufene Geschäftsjahr fällig. Die Anzahl der Aktien ist auf Basis des Schlusskurses am

Tage der Bilanzpressekonferenz zu ermitteln. Es sind zweijährige Sperrfristen sowie weitere Bedingungen für die Zuteilung, den Verkauf bzw. die Übertragung der Aktien bestimmt.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Vorstandes für die Tätigkeit im Geschäftsjahr 2008 T€ 1.984. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 1.637.

Einzelheiten der Vergütungen für den Gesamtzeitraum des Berichtsjahres unter Berücksichtigung der erfolgten vertraglichen Änderungen ergeben sich in individualisierter Form aus der nachfolgenden Tabelle:

2008 Werte in T€	Fixum	Nebenleistungen	Erfolgsabhängige Vergütung	Gesamt	Auflösung Pensionsrückstellung
Gerd Brachmann	488	22	393	903	-370
Christian Eigen	368	23	294	685	-154
Dr. Knut Wolf	200	21	175	396	0
Gesamtsumme	1.056	66	862	1.984	-524

2007 Werte in T€	Fixum	Nebenleistungen	Erfolgsabhängige Vergütung	Gesamt	Auflösung Pensionsrückstellung
Gerd Brachmann	364	22	306	692	-124
Christian Eigen	325	22	217	564	-100
Dr. Knut Wolf	200	21	160	381	0
Gesamtsumme	889	65	683	1.637	-224

In der obigen Tabelle sind ferner Einzelheiten zu den Veränderungen der Pensionsrückstellung der Vorstandsmitglieder aufgeführt. Die Gesellschaft verpflichtet sich zur Zahlung von Ruhegeld nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen. Das jeweilige Vorstandsmitglied hat aufgrund einer unverfallbaren Anwartschaft Anspruch auf eine

lebenslängliche Pension, wenn es nach Vollendung des 60. Lebensjahres oder infolge dauernder Dienstunfähigkeit und wegen Beendigung des Anstellungsverhältnisses bei der Gesellschaft ausscheidet.

Das monatliche Ruhegeld beträgt 30 % des im Durchschnitt der letzten drei Jahre des Anstellungsvertrages vor Beginn des Ruhestandes bezogenen festen Monatsgehaltes und erhöht sich für jedes vollendete Dienstjahr, gerechnet ab dem 17. September 1998, als Vorstandsmitglied der Gesellschaft um 20/27 % dieses Monatsgehaltes bis zu einer für die Vorstandsmitglieder individuell festgelegten maximalen Höhe.

Im Berichtsjahr wurden die Pensionsrückstellungen für die Vorstandsmitglieder um insgesamt T€ 524 auf T€ 1.560 reduziert. Diese Veränderung setzt sich aus den sog. Dienstzeitaufwendungen (Service-Cost) von T€ 95, den Zinsaufwendungen (Interest-Cost) von T€ 115 sowie den verrechneten versicherungsmathematischen Gewinnen von T€ 734 zusammen. Letztere erfassen die Auswirkung des gemäß IAS 19.78 angepassten Diskontierungssatzes als Basis der versicherungsmathematischen Berechnung.

Weitere Leistungen für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind keinem Vorstandsmitglied zugesagt worden. Auch hat kein Mitglied des Vorstandes im abgelaufenen Geschäftsjahr Leistungen oder entsprechende Zusagen von einem Dritten im Hinblick auf seine Tätigkeit als Vorstandsmitglied erhalten.

5.6.3 Aufsichtsratsvergütungen

Aufsichtsratsvergütungen sind in § 11 der Satzung geregelt. Sie orientieren sich an den Aufgaben und der Verantwortung der Aufsichtsratsmitglieder sowie am wirtschaftlichen Erfolg der Gesellschaft.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten je eine Vergütung, die sich zusammensetzt aus einem festen Bestandteil von T€ 30 und einem variablen Bestandteil in Höhe von 0,07 % des Bilanzgewinns der Gesellschaft, dieser vermindert um einen Betrag von 4 % der auf das Grundkapital geleisteten Einlagen. Der variable Bestandteil wird auf einen Betrag begrenzt, der sich aus einem Bilanzgewinn der Gesellschaft von höchstens € 50 Mio. ergibt. Die Vergütung beträgt für den Vorsitzenden das Doppelte und für seinen Stellvertreter das Eineinhalbfache. Die Vergütung ist zahlbar nach Feststellung des Jahresabschlusses. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat nicht während eines vollen Geschäftsjahres angehört haben, erhalten die Vergütung entsprechend der Dauer ihrer Aufsichtsratszugehörigkeit.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 2008 T€ 226. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 199. In individualisierter Form setzt sich die Vergütung für 2008 wie folgt zusammen.

2008 Werte in €	Dr. Stützle Vorsitzender	Dr. Vater Stellv. Vorsitzender	Hr. Julius Mitglied	Gesamt
Vergütung, variabel	20.152	20.152	20.152	60.455
Vergütung, fix	30.000	30.000	30.000	90.000
Summe	50.152	50.152	50.152	150.456
Faktor	x2	x1,5	x1	
Gesamtsumme	100.304	75.228	50.152	225.684

2007 Werte in €	Dr. Stützle Vorsitzender	Dr. Vater Stellv. Vorsitzender	Hr. Julius Mitglied	Gesamt
Vergütung, variabel	14.222	14.222	14.222	42.666
Vergütung, fix	30.000	30.000	30.000	90.000
Summe	44.222	44.222	44.222	132.666
Faktor	x2	x1,5	x1	
Gesamtsumme	88.444	66.333	44.222	198.999

Darüber hinaus haben Aufsichtsratsmitglieder im Berichtsjahr keine weiteren Vergütungen bzw. Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, erhalten. Kredite oder Vorschüsse wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Berichtsjahr nicht gewährt.

5.7.1 Risikomanagement / 5.7.2 Risikomanagementsysteme

Das Risikomanagement ist integraler Bestandteil der MEDION-Geschäftsstrategie. Es dient dazu, in einem strukturierten Prozess die wesentlichen Risikofelder laufend zu beobachten, Geschäftsrisiken frühzeitig zu erkennen und damit die Voraussetzungen zu schaffen, möglichst frühzeitig Maßnahmen zur Begrenzung der Risiken ergreifen zu können.

Im Rahmen des Risikomanagementprozesses sind die verantwortlichen Personen in den verschiedenen Geschäftsbereichen verpflichtet, die spezifischen Risikofelder im eigenen Aufgabenbereich zu beobachten, die Risikoausprägungen zu messen und das Eingehen unangemessener Risiken zu vermeiden. Sie berichten die Risikoposition in regelmäßigen Abständen unter Zuhilfenahme der unternehmensinternen Kontrollsysteme an das Controlling und bei Bedarf unmittelbar und ad hoc an die Unternehmensleitung.

5.7.2 Risikomanagementsysteme

Nachdem bereits im Vorjahr im Rahmen der Weiterentwicklung des MEDION-Risikomanagementsystems mit dem integrativen Management-Informationssystem ein dynamisches Informations- und Steuerungsinstrument etabliert worden war, konnte darauf basierend in 2008 das bestehende Frühwarnsystem erweitert werden. Im Wege einer engen Verzahnung verschiedener Managementberichte werden operative Kennzahlen direkt unter dem Aspekt eines Planerreichungsgrades und damit zusammenhängender Risikopositionen analysiert und Maßnahmen zur Steuerung risikorelevanter Positionen definiert. Hiermit zusammenhängend ist auch die Balanced Scorecard als ein wesentliches Instrument des Risikomanagementsystems weiterentwickelt worden.

Wesentliche weitere Elemente des integrierten MEDION-Risikomanagementsystems sind das interne Kontrollsystem und die interne Revision.

Das interne Kontrollsystem (IKS) dient zur Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik. Wichtige Prinzipien sind das Prinzip der Funktionstrennung und das Vieraugenprinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert.

Die interne Revision führt bei MEDION im Auftrag des Vorstandes auf der Basis konkret vereinbarter Projekte prozessunabhängige Kontrollen in allen Unternehmensbereichen durch. Der Revisionsplan wird zwischen Vorstand und Aufsichtsrat besprochen und abgestimmt. Bei der Feststellung des Prüfungsplans werden die zum Zeitpunkt der Erstellung vorliegenden Risikoeinschätzungen berücksichtigt. Unterjährig erfolgen Plananpassungen soweit dies aufgrund der Aktualität der Themen notwendig ist. Ausgewählte Themen, die eine höhere aufgabenspezifischen Fachkompetenz benötigen, werden an externe Dienstleister übertragen. Die Berichterstattung erfolgt unmittelbar an den Vorstand.

5.7.3 Absatzbezogene Risikoposition

Das MEDION-Geschäftsmodell ist auf den Absatz von Consumer-Electronics-Produkten und komplementären Dienstleistungen mit einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis in großen Stückzahlen für den Konsumentenmarkt ausgerichtet. Der größte Umsatzanteil wird mit Kunden aus dem Discount-Retailer-Segment abgewickelt, ein weiterer Schwerpunkt mit deutlich geringerem Umsatzanteil liegt im Vertrieb über Consumer-Electronics-Fachmärkte. Daneben wird über die Homepage des MEDIONshops der Direktverkauf von Produkten angeboten. Branchentypisch für den Bereich Consumer-Electronics sind in der unterjährigen Verteilung das 1. und insbesondere das 4. Quartal umsatzstark, wohingegen das 2. und 3. Quartal geringere Umsatzvolumina zeigen.

MEDION ist wie jedes Unternehmen, das im Konsumgüterbereich tätig ist, stark von der Kaufkraft und Kaufneigung der Verbraucher abhängig. Während die Kaufkraft von gesamtwirtschaftlichen Parametern wie Wirtschaftswachstum, Inflation, Zinsen und Arbeitslosigkeit beeinflusst wird, hängt die Kaufneigung stark von weichen Faktoren wie etwa der wirtschaftlichen Grundstimmung und dem Verbrauchervertrauen ab. Aufgrund des Absatzschwerpunktes über große Handelsketten ist MEDION wesentlich von der Kaufneigung der Verbraucher und den darauf gerichteten Absatzerwartungen seiner großen Kunden in diesem Marktsegment abhängig.

Sofern jedoch die gegenwärtigen Turbulenzen an den Finanzmärkten anhalten und auf die Wirtschaft mit weiter sinkenden Aufträgen durchschlagen, kann sich auch die Konsumneigung der Verbraucher verschlechtern und im Extremfall zu kurzfristigen Veränderungen im Bestellverhalten der Kunden führen, mit durchaus hohen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von MEDION.

Die MEDION-Kunden gehören im Wesentlichen zu den Top 20 des internationalen Retail-Marktes. Durch den Projektcharakter des Geschäftes werden mit einzelnen Kunden in kurzen Zeiträumen hohe Umsatzvolumina realisiert. Sofern einzelne Kunden oder Projekte neu hinzugewonnen werden können oder wegfallen, kann dies zu signifikanten Umsatzveränderungen zum Positiven wie auch zum Negativen führen. Dabei ist MEDION aufgrund seiner führenden Wettbewerbsposition und des guten Verhältnisses von Qualität, Attraktivität und Preis der Produkte national wie international ein attraktiver Partner und verfügt über stabile Kundenbeziehungen. Es ist derzeit nicht ersichtlich, dass wesentliche Kunden ihre Geschäftsverbindung zu MEDION lösen werden.

Den im Bereich hochwertiger Produkte der Consumer-Electronics aufgrund der dynamischen technologischen Entwicklung typischerweise innewohnenden Bestandsrisiken der technologischen Veralterung und damit verbundenen Abwertungsrisiken begegnet MEDION durch eine strikte Anwendung des Build-to-Order-Prinzips. Bei den Vorratsbeständen handelt es sich daher im Wesentlichen um bereits fest disponierte Ware im Pro-

jektgeschäft bzw. um Serviceware für Reparatur und Austausch im After-Sales-Service-Prozess. Die für den Direktverkauf bereitgestellte Ware beruht auf einer rollierenden, den täglich ermittelten Abverkäufen angepassten Bedarfsplanung mit kurzen Produktzyklen. Damit werden eine kurze Zeitspanne zwischen Beschaffung und Absatz und eine an den aktuellen Absatzchancen orientierte große Flexibilität im Produktmix erreicht und damit die Bestandsrisiken auf ein Mindestmaß begrenzt. Die Bestandsdisposition und -bewertung wird durch ein prozessunabhängiges Bestandscontrolling überwacht und gesteuert.

Bei den MEDION-Handelskunden besteht ein allgemeines Abverkaufsrisiko für die geordneten Waren. Durch gezielte Marktforschung, Testaktionen bei Produktneueinführungen und dosierte Mengenplanungen wird dieses Risiko der MEDION-Handelspartner in engen Grenzen gehalten. Aufgrund der in weiten Teilen des Handels in einem zeitlich begrenzten Zeitraum üblichen Geld-zurück-Garantie haben die Konsumenten das Recht, auch funktionell einwandfreie Ware als Retourenwaren an den Handel zurückzugeben. Diese Retourenwaren werden zumeist an den Hersteller weitergeleitet und von diesem einer alternativen Vermarktung zugeführt. Solche Bestände unterliegen einem besonderen Abverkaufsrisiko. MEDION hat in Zusammenarbeit und im Einvernehmen mit den Handelskunden Verfahren entwickelt und vereinbart, um Missbräuche im Retourenprozess zu verhindern und die Risiken aus der Rückgabe einwandfreier Waren zu begrenzen. Im Hinblick auf die Zweitvermarktung von Retourenwaren hat MEDION durch ein gezieltes Retourenmanagement die Prozesssteuerung und die Abverkaufskanäle über Dritte optimiert und ergänzend dazu durch den MEDION-Outlet-Store und den Abverkauf über den MEDIONshop im Internet eigene Vertriebswege für eine Folgevermarktung geschaffen. Durch dieses Bündel von Maßnahmen konnte die Risikoposition verbessert werden.

Forderungen gegenüber Kunden

MEDION reduziert das Bonitätsrisiko dadurch, dass sich die Vertriebsaktivitäten im Wesentlichen auf international tätige Handelskonzerne mit A-Bonitäten konzentrieren. Kunden, die nicht in diese Kategorie fallen, haben für MEDION nur untergeordnete Bedeutung und werden größtenteils rückversichert bzw. nur gegen Garantien oder gegen Vorkasse beliefert.

Produktidee

Kern des MEDION-Geschäftsmodells ist die Vermarktung von attraktiven und zunehmend designorientierten Trendprodukten mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis an breite Käuferschichten. Neue Produkte schaffen neue Absatzchancen, sind jedoch erst nach einer gewissen Zeit in Abhängigkeit des individuellen Produktlebenszyklus ausgereift und preislich für den Massenmarkt tauglich. Ältere Produkte unterliegen bei dem schnellen technologischen Wandel dem Risiko der technischen Veralterung, verlieren damit schnell an Attraktivität und sind einem hohen Preisverfall ausgesetzt. Die Herausforderung liegt darin, die richtige Produktidee zum richtigen Zeitpunkt zu platzieren.

MEDION verfügt über ein mehr als 20 Jahre gewachsenes Einkaufsnetzwerk. Über diesen Kanal wird eine Vielzahl von Ideen generiert und an die Kunden herangetragen. Daneben werden ständig die neuesten Erkenntnisse der Marktforschung ausgewertet und durch eigene Präsenz auf wichtigen Messen und im unmittelbaren Kontakt mit innovativen und potenten Herstellern aktiv neue attraktive Produktideen gesucht. Im MEDION-Produktmanagement arbeiten durchweg erfahrene Mitarbeiter, die über langjährige Markt- und Branchenkenntnisse verfügen. Sie haben unmittelbaren Kontakt zu den im Markt generierten Neuheiten und Trends und beurteilen diese Entwicklungen in Kreativteams systematisch auf ihre Tauglichkeit für die Vermarktung im Massenmarkt.

Aus diesem systematischen Ansatz heraus hat sich MEDION im Markt sowohl bei den Kunden als auch bei den Lieferanten einen guten Namen als schneller und leistungsfähiger Technologieintegrator für den Massenmarkt gemacht. Nicht zuletzt wurden darüber auch die Ideen zu den erfolgreich eingeführten Dienstleistungen generiert und umgesetzt.

Beschaffung

MEDION greift bei wesentlichen Teilen der Wertschöpfungskette auf externe Partner zurück. Dies gilt insbesondere für die Herstellung von Produkten und Komponenten, für die Abwicklung logistischer Prozesse und zunehmend auch für Prozesse im After-Sales-Service. Insofern ist MEDION sowohl qualitativ als auch preislich auf eine Vielzahl von Partnern angewiesen. Insbesondere die Beschaffungsmärkte für PC-Komponenten und Logistikdienstleistungen sind hinsichtlich Verfügbarkeiten und Preisen teilweise volatil. Strukturell ist der Markt dabei von einem allgemeinen Preisverfall bei wichtigen Bauteilen und Komponenten (z. B. Speicherkomponenten und CPUs) geprägt, der teilweise durch die Entwicklung der Fremdwährungsparitäten gegenüber dem Dollar und dem Britischen Pfund noch verstärkt wird. Da die Preisentwicklungen auf dem Beschaffungsmarkt unmittelbar auch auf die Absatzpreise durchschlagen, führt diese Entwicklung zu tendenziell sinkenden Stückpreisen in vielen wesentlichen MEDION-Produktbereichen und zu einem entsprechenden preisbedingten Druck auf die Umsatzentwicklung.

Potentielle Risiken für MEDION bestehen im Fall des Konkurses von Lieferanten, was die Nichtrealisierung des Kundenprojektes zur Folge hätte bzw. bei einem nachgelagerten Konkurs den Ausfall des After-Sales-Service. MEDION begegnet diesem Risiko durch Konzentration auf große international bekannte Hersteller.

Potentielle Risiken könnten sich durch Lieferengpässe bei Hauptlieferanten ergeben und zu Preisrisiken und ggf. Umsatzeinbußen führen. MEDION verfügt jedoch aufgrund des großen, über viele Jahre hinweg gewachsenen Einkaufsnetzwerkes über sehr stabile Lieferantenbeziehungen und wird bedingt durch die hohen Beschaffungsvolumina in der Regel als A-Kunde eingestuft und bei Kapazitätsengpässen bevorzugt beliefert.

Weitere potentielle Risiken können durch Qualitätsmängel bei den Produkten erwachsen und insbesondere im Bereich der Service- und After-Sales-Kosten zu höherem Aufwand führen und eine Imageschädigung nach sich ziehen. MEDION bezieht seine Waren von international führenden Herstellern mit hohen Qualitätsstandards, die grundsätzlich das Qualitätsrisiko tragen. Um eine größtmögliche Sicherheit hinsichtlich der Produktqualität zu gewährleisten und Probleme möglichst in einem frühen Stadium des Projektes zu erkennen und ggf. frühzeitig gegensteuern zu können, führt MEDION vor, während und nach der Produktion eigene Qualitätskontrollen zumeist vor Ort beim Lieferanten durch.

MEDION bezieht weite Teile seiner Produkte und Komponenten von Lieferanten, deren Betriebsstätten in Asien liegen. Daraus können sich diverse Länderrisiken, beispielsweise durch Veränderungen bei Abgaben, Zöllen und Handelsbeschränkungen sowie durch Naturkatastrophen und politische Instabilitäten, ergeben. Darüber hinaus können sich in manchen Regionen Asiens Risiken aus dem unsicheren rechtlichen Umfeld ergeben, die die Möglichkeit einschränken, Rechte geltend zu machen und durchzusetzen. Diesen Risiken begegnet MEDION durch eine sehr sorgfältige Beschaffungsmarktanalyse und Lieferantenauswahl. Dabei wird eine Diversifizierung der Beschaffungsquellen sichergestellt, um bei geänderten Rahmenbedingungen handlungsfähig zu bleiben. Darüber hinaus wird bei leistungsfähigen und zuverlässigen Lieferanten Wert auf eine dauerhafte und faire Zusammenarbeit gelegt.

Neben der professionellen Projektabwicklung im Verkaufs- und Beschaffungsprozess ist ein hocheffizienter und verlässlicher After-Sales-Prozess der wesentliche Erfolgsfaktor für den nachhaltigen Markterfolg. Bei Beeinträchtigung der Servicequalität kann es zu Imagebeeinträchtigungen und negativen Folgen für die Kundenbeziehungen, das Ansehen und die Akzeptanz der Marke MEDION kommen. Um im Bereich der After-Sales-Prozesse ein hohes Qualitätsniveau zu gewährleisten, werden nur erfahrene Dienstleister eingesetzt. Die Auftragsabwicklung wird laufend dokumentiert und die Arbeitsergebnisse und die Effektivität über ein parallel laufendes Qualitätsmanagementsystem überwacht und optimiert.

Dadurch ist es über lange Jahre hinweg gelungen, bei den Partnern im Handel und bei den Endkunden ein großes Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von MEDION-Produkten und in den MEDION-Service aufzubauen.

Datenverarbeitung

Für das Funktionieren des Projektgeschäftes und des After-Sales-Service sind effiziente und sichere EDV-Lösungen unerlässlich. Im Falle nicht funktionierender EDV-Prozesse könnte die zeitgerechte Projektabwicklung gefährdet werden und es könnten ggf. weitere wesentliche Beeinträchtigungen des Geschäftsablaufes eintreten. Im Zuge der zunehmenden EDV-Prozessintegration kommt dabei auch der Einbeziehung der Systeme und Schnittstellen zu Lieferanten, Service-Providern und Kunden besondere Bedeutung zu. Die bei MEDION und den in die Wertschöpfungskette einbezogenen Partnern eingesetzten Informationstechnologien werden von eigenen und externen EDV-Profis ständig überprüft und aktualisiert. Die Systeme zur Informationssicherheit werden laufend weiterentwickelt. Darüber hinaus werden Reviews für die EDV-Prozessqualität und -Sicherheit von externen Prüforganisationen durchgeführt. Dadurch wird ein größtmögliches Maß an Sicherheit für die Abwicklung von IT-gestützten Geschäftsprozessen gewährleistet.

Logistik

Da sich MEDION in wesentlichen Umsatzbereichen auf das Projektgeschäft konzentriert, kommt der Fähigkeit, die Produkte innerhalb eines vertraglich vereinbarten Zeitfensters an die Kunden auszuliefern, besondere Bedeutung zu. Verzögerungen können zu Konventionalstrafen oder infolge der Notwendigkeit von Änderungen des Transportmittels zu erhöhten Kosten führen. MEDION arbeitet mit einer begrenzten Anzahl international tätiger Speditionen zusammen, die für hohe Qualitätsstandards und Liefertreue stehen. Die Logistikprozesse bei diesen Spediteuren sind in die eigene IT-Prozesssteuerung von MEDION integriert. Dadurch wird ein hohes Maß an Prozesssicherheit im Bereich Logistik erreicht.

Außerhalb des Projektgeschäftes erfolgt die Distribution von Waren mit national und international erfahrenen Logistikpartnern. Zu diesen Partnern bestehen individuelle Vertragsbeziehungen, in denen unter anderem auch die Standards für die Servicequalität und Sicherheit festgelegt sind.

Die Servicequalität und Sicherheit der Logistikprozesse und die Einhaltung der vertraglich festgelegten Standards werden über das Risikomanagementsystem laufend überwacht.

MEDION ist als Hersteller und Lieferant von Personal Computern, Notebooks und Laptops dem Risiko unterworfen, dass möglicherweise Verwertungsabgaben für in der Vergangenheit ausgelieferte Personal Computer, Notebooks und Laptops erhoben werden und von MEDION abzuführen sind. So forderte die Verwertungsgesellschaft Wort in einem Musterverfahren gegen Fujitsu Siemens Computers eine Pauschalabgabe pro Gerät von € 30,00 für Texte und Bilder. Der Anspruch wurde letztinstanzlich beim Bundesgerichtshof zurückgewiesen. Gegen das Urteil hat die Verwertungsgesellschaft Wort Verfassungsbeschwerde eingelegt. Kurz vor Ende des Jahres 2005 hat auch die Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) als Vertreter der Urheber von Film- und Musikwerken einen Antrag bei der Schiedsstelle des Deutschen Patent- und Markenamts gegen ca. 20 Hersteller und Händler von PCs auf Zahlung einer weiteren zusätzlichen pauschalen Urheberrechtsabgabe von € 18,42 je verkauftes Gerät eingereicht. Der Einigungsvorschlag der Schiedsstelle in Höhe von € 15,00 je verkauftes Gerät wurde sowohl von der ZPÜ als auch von den betroffenen Herstellern abgelehnt, so dass zwischenzeitlich die ZPÜ entsprechende Klage beim zuständigen Oberlandesgericht München eingereicht hat. MEDION hat den Risiken im Jahresabschluss – ebenso wie in den Vorjahren – durch Bildung von angemessenen Rückstellungen Rechnung getragen. Sollte sich im Rahmen der Rechtsstreitigkeiten herausstellen, dass die möglicherweise nachträglich zu zahlenden Urheberrechtsabgaben über die zurückgestellten Beträge hinausgehen, so würden sich daraus entsprechende Ergebnisbelastungen ergeben. Auf die betragsmäßige Quantifizierung des Risikos wird in Übereinstimmung mit IAS 37.92 verzichtet.

Darüber hinaus sind derzeit keine Gerichts- oder Schiedsverfahren gegen MEDION als Beklagte anhängig, die wesentliche Auswirkungen auf das Konzernergebnis von MEDION haben können.

Allgemein ist festzustellen, dass von verschiedenen Seiten verstärkt Ansprüche wegen angeblicher Verletzung von gewerblichen Schutzrechten, insbesondere von Patenten, geltend gemacht werden. Dies erfolgt teilweise durch die Schutzrechtsinhaber selbst, teilweise werden die Ansprüche auch kommerziell über Dritte, insbesondere so genannte Patentverwertungsgesellschaften, geltend gemacht. Die behaupteten Schutzrechtsverletzungen und Ansprüche können oftmals als nicht gerechtfertigt beurteilt werden. Für erwartete Risiken wurden im Jahresabschluss, soweit kalkulierbar, angemessene Rückstellungen passiviert. Um die Risiken für MEDION daraus weitestmöglich zu begrenzen, vereinbart MEDION im Einkaufsbereich, wenn möglich, mit den Lieferanten, dass diese für eine mögliche Verletzung von Schutzrechten Dritter für die gelieferte bzw. hergestellte Ware allein verantwortlich sind und MEDION von allen diesbezüglichen Ansprüchen freigestellt wird.

5.7.6 Finanzen / 5.7.7 Personal

Die MEDION-typische Ausrichtung auf das Projektgeschäft erfordert für kurze Zeiträume die Verfügbarkeit von erheblichen Finanzmitteln zur Vorfinanzierung großvolumiger Aufträge. Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten könnten ansonsten die Unternehmensentwicklung bremsen.

Im Rahmen des MEDION-Geschäftsmodells werden viele kapitalintensive Teile des Wertschöpfungsprozesses wie Forschung und Entwicklung, Produktion, Logistik oder Verkauf am Point of Sale von Partnerunternehmen wahrgenommen. Aufgrund der langjährigen Geschäftsbeziehungen und vor dem Hintergrund der soliden Kapital- und Finanzstruktur stehen MEDION in erheblichem Maße Lieferantenlinien zur Verfügung. Vor dem Hintergrund der guten Eigenkapital- und Liquiditätsausstattung beschränkt sich der Finanzkreditbedarf von MEDION ausschließlich auf die kurzfristige Abdeckung von Finanzierungsspitzen bei großvolumigen Projekten im klassischen Saisongeschäft. MEDION stehen mit der Finanzierung über forderungsbasierte Asset-Backed-Security-Programme sowie durch zusätzliche Fremdfinanzierungslinien bei Banken über einen sog. Syndicated Loan ausreichende, flexible und kostengünstige Finanzierungsinstrumente zur Verfügung. Die Rahmenvereinbarungen haben eine Laufzeit bis November 2011 bzw. Juni 2010. Eine Abhängigkeit von einzelnen Kreditinstituten besteht dabei nicht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr brauchte MEDION aufgrund effizienter Managementsysteme die Asset-Backed-Security-Programme nur in geringem Umfang und Fremdfinanzierungslinien nicht in Anspruch zu nehmen.

Als international agierendes Unternehmen ist MEDION Risiken durch Wechselkurseinflüsse ausgesetzt. Insbesondere auf der Beschaffungsseite fallen Zahlungsströme in ausländischer Währung an, da die überwiegende Zahl der Lieferanten in Asien beheimatet ist und die Transaktionen daher in US-Dollar und teilweise in Britischen Pfund abgewickelt werden. MEDION sichert sich gegen die Risiken aus Fremdwährungsschwankungen durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente in Form von marktüblichen Devisentermingeschäften und teilweise ergänzenden Swap-Geschäften ab. Finanzinstrumente werden ausschließlich zu Sicherungszwecken eingesetzt.

5.7.7 Personal

Der Wettbewerb um hoch qualifizierte Führungskräfte und technisches Personal ist in der Consumer-Electronics-Branche nach wie vor sehr groß. Gerade im Projektgeschäft stellen erfahrene, gut ausgebildete Mitarbeiter die wichtigste Ressource dar. Daher muss auf die Bindung von Know-how-Trägern an das Unternehmen durch geeignete Maßnahmen besonderes Gewicht gelegt werden.

Nur gut geschulte und qualifizierte Mitarbeiter können Risiken beherrschen und vermeiden. Daher fördert MEDION gezielt die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter.

Um bei einem Personalwechsel die Einarbeitung neuer Mitarbeiter zu erleichtern und Probleme durch Know-how-Verluste möglichst zu vermeiden, sind im Rahmen des Workflow-Managements alle unternehmensinternen Prozesse so dokumentiert, dass sie personenunabhängig ausgeführt werden können.

Insgesamt arbeitet bei MEDION ein motiviertes und hochprofessionelles Team – eine gesunde Mischung aus erfahrenen Mitarbeitern, die das Unternehmen schon lange begleiten, jungen Kolleginnen und Kollegen, die ihre berufliche Karriere bei MEDION beginnen, und Kollegen, die aus anderen Unternehmen zu MEDION gekommen sind und mit ihren Erfahrungen zum Unternehmenserfolg beitragen.

5.7.8 Gesamtrisikosituation

In 2008 konnte MEDION die in 2007 erreichten Effizienzen weiter ausbauen. Neben dem Festhalten an der in den Vorjahren umgesetzten Bereinigung des Produktportfolios konnten insbesondere wesentliche Kostenpositionen weiter optimiert werden. So konnte trotz wettbewerbsinduziertem Preisdruck und dem im Rahmen der allgemeinen Konjunktur-entwicklung im 4. Quartal erlittenen Umsatzrückgang die Rohertragsmarge mit 11,5 % auf dem hohen Niveau des Vorjahres (11,4 %) stabilisiert werden. Trotz um mehr als 20 % (+€ 6 Mio.) erhöhter Ausgaben für Marketing und Produktwerbung konnten die Vertriebsaufwendungen insgesamt um mehr als 10 % (-€ 10 Mio.) gesenkt werden. Zurückzuführen ist dieses im Wesentlichen auf eine konsequente Umsetzung von Maßnahmen zur Optimierung des Kundenservice.

Die im Rahmen erweiterter regelmäßiger Chancen- und Risikoanalysen erhöhte Transparenz ermöglichte ein konsequentes Portfolio- und Kostenmanagement, welches sich in einer mit 2,2 % deutlich über dem Vorjahr liegenden EBIT-Marge (1,7 %) zeigt. Damit konnte die Gesamtrisikosituation verbessert werden.

Vor dem Hintergrund der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise bestehen gegenwärtig größere Unsicherheiten bei der Beurteilung der Geschäftsentwicklung in 2009. Während einige Marktforschungsinstitute von einer Erholung in der zweiten Jahreshälfte ausgehen oder gerade dem Discountbereich, der ein wichtiger Absatzkanal für MEDION ist, in dieser Situation eine überdurchschnittliche Entwicklung zutrauen, sehen die Hersteller und Anbieter von Unterhaltungselektronik diesen Trend noch nicht für ihre Produkte. Vielmehr wird eine zunehmende Zurückhaltung auffällig, die Hersteller und Händler zu Einspar- und Restrukturierungsmaßnahmen zwingen kann, um die erreichte Ertragskraft auch in diesen Turbulenzen zu stabilisieren.

5.8.1 Konjunktureller Rahmen

Die deutsche Wirtschaft steht im Jahr 2009 vor der größten Herausforderung seit der Wiedervereinigung (Jahreswirtschaftsbericht 2009 der Bundesregierung). Die kurzfristigen Perspektiven für die Gesamtwirtschaft haben sich dabei deutlich verschlechtert. Negative Auswirkungen der weltweiten Rezession und der internationalen Finanzmarktkrise treffen Deutschland in besonderem Maß. Für das Gesamtjahr erwartet die Bundesregierung trotz der getroffenen Maßnahmen zur Stabilisierung und Wachstumsstärkung einen Rückgang des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von preisbereinigt 2,25 %. Darüber hinaus gibt es Schätzungen von Forschungsinstituten, die eine noch höhere Bandbreite beim Rückgang des BIP befürchten.

Im Jahresverlauf 2009 wird sich der Abschwung auch auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland bemerkbar machen. Im übrigen Euroraum ist ebenfalls von einem Rückgang der realen Bruttoinlandsprodukte und einem Anstieg der Arbeitslosigkeit auszugehen. Die dadurch entstehende Belastung für die Binnennachfrage wird das Konsumverhalten der privaten Verbraucher negativ beeinflussen. Von den privaten Konsumausgaben geht nur dann ein stabilisierender Effekt für die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und im Euroraum aus, wenn das Preisniveau für Energie- und Rohölprodukte deutlich unter dem Niveau von 2008 bleibt.

ECKWERTE DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN SITUATION IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	2007	2008	2009 Jahresprojektion
Bruttoinlandsprodukt (real)	2,5	1,3	-2,25
Konsumausgaben der privaten Haushalte	1,4	2,2	1,7
Bruttolöhne und -gehälter insgesamt	3,4	3,9	1,2
Bruttolöhne und -gehälter je Arbeitnehmer	1,6	2,3	2,0
Arbeitslosenquote in % (Abgrenzung der BA)	9,0	7,8	8,4

5.8.2 Marktentwicklung im Bereich der Consumer-Electronics

Gesamtmarkt

Die Marktforscher von GfK, gfu und ZVEI sehen den Gesamtmarkt Consumer-Electronics in Deutschland für 2009 verhalten optimistisch. Die Prognose für 2009 liegt bei einem Rückgang von 4 % und bewegt sich somit weiterhin auf einem hohen Niveau von über € 22 Mrd. Allerdings stellen sich die Prognosen aufgrund der allgemeinen unsicheren Wirtschaftslage als äußerst schwierig dar. Demgegenüber ist in 2009 in einigen für MEDION relevanten zentraleuropäischen Ländern, insbesondere in Spanien, Großbritannien, Frankreich und Skandinavien, von einem deutlichen Rückgang der Konsumausgaben auszugehen. Daher wird auch der Absatz von Produkten der Unterhaltungselektronik in diesen Ländern erheblich schrumpfen.

Produktinnovationen

Insgesamt ist der Markt im Bereich der Consumer-Electronics-Produkte weiterhin geprägt von der Digitalisierung und Konvergenz. Konvergenz bedeutet dabei das Verschmelzen der bislang unterschiedlichen Märkte Unterhaltungselektronik, Medien, Informationstechnologie und Telekommunikation. Basis hierfür ist die digitale Technik, die zum einen die Vernetzung unterschiedlicher Produktgruppen ermöglicht und zum anderen die Nutzung digitaler Komponenten in unterschiedlichen Produktbereichen (z. B. Kamerafunktionen in Mobiltelefonen, mobile Navigationsgeräte mit MP3-Abspielfunktionen, Notebooks als HD-Fernseher) erlaubt. Neue, auch drahtlose, Vernetzungslösungen eröffnen zusätzliche Möglichkeiten, hochauflösende Inhalte zu nutzen.

Impulse werden weiterhin im Bereich der flachen Fernsehgeräte und der hochauflösenden Technik (HDTV) erwartet. Bei der technischen Entwicklung in hochauflösenden DVD-Formaten ist die Blu-ray-Technik jetzt Branchenstandard und die entsprechenden Endgeräte werden für zusätzliche Dynamik bei der Nachfrage im HDTV-Sektor und bei den hochauflösenden Quellen wie digitalen Kameras, Camcordern und Spielkonsolen führen. Insbesondere werden auch für den Bereich mobiler Technik wie Kameras, portable Videoplayer und Navigation bis hin zu Smartphones und Notebooks/Mini-Notebooks weiter Zuwächse erwartet. Dabei wird sich der Trend zu technologisch anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen Produkten und direktem Zugang zum Internet weiter fortsetzen.

Es werden die durch die digitale Technik eröffneten neuen Produktwelten mit immer kürzeren Produktlebenszyklen auf den Markt gebracht, da der technische Fortschritt leistungsfähigere Produkte und Systeme in immer kürzeren Intervallen hervorbringt. Die Veränderungen in der Unterhaltungselektronik durch das Internet beruhen nicht nur auf einer zunehmenden Digitalisierung der Endgeräte, sondern auch auf den neuen Geschäftsideen und Marketingplattformen (wie z. B. Suchmaschinen) der in den letzten Jahren neu entstandenen Medienunternehmen.

Notebook und Desktop-PC

Es wird in Zukunft immer mehr klassische Produkte der Unterhaltungselektronik geben, die Zugang zum Internet haben. Dies stellt neue Anforderungen an die Hersteller von Unterhaltungselektronik, leistungsstarke Prozessoren in ihren Geräten zu integrieren. Mit dem Ausbau einer flächendeckenden Infrastruktur für das drahtlose Breitbandinternet wird sich der Trend zu kompakten und leistungsstarken Notebooks noch verstärken. Hochleistungsprozessoren für Desktop-PCs sind gefragt, wenn es um die Darstellung von 1080p bei Videoformaten in 7.1 Surround-Sound geht, bei hochauflösenden 3-D-Grafik-Elementen und vernetzten Online-Spielen, aber auch, um parallele Anwendungen in der Audio- und Videoverarbeitung ermöglichen zu können.

Der Markt für PCs und Notebooks wird auch in 2009 aufgrund der hohen Ausstattungsichte der Haushalte von neuen technologischen Innovationen und dem Ersatzbedarf bestimmt sein. Während Desktop-PCs sowohl bei Stückzahlen als auch beim Umsatz deutlich zurückgehen, wird bei Notebooks insgesamt – auch aufgrund der hohen Akzeptanz der Mini-Notebooks – hinsichtlich der Stückzahlen in 2009 nochmals eine weitere Zunahme unterstellt.

Wachstumsfelder der Consumer-Electronics werden in 2009 und danach in dem für MEDION relevanten Marktumfeld sein:

- mobile Mini-Notebooks mit einem Gewicht von ca. 1 kg und Zugangsmöglichkeiten zum Internet über integrierte Online-Module
- HDTV-Geräte mit einer Auflösung von 1080x1920 Bildpunkten (Full HD)
- mobile Multimedia-Produkte wie Notebooks mit hohen Speicherkapazitäten und hochauflösenden Grafikkarten sowie Blu-ray-Laufwerken

Mobilfunk

Schnelle Internetverbindungen sind auch im Mobilfunk sehr gefragt. Zum Jahreswechsel 2008 gab es knapp 16 Mio. UMTS-Anschlüsse in Deutschland. In diesem Jahr soll die Zahl um gut 40 % auf 22,7 Mio. Anschlüsse steigen. Wachstum bei den UMTS-Teilnehmerzahlen generieren auch die neuen Generationen der Smartphones und Mini-Notebooks. Diese Mini-Notebooks werden häufig mit integriertem Mobilfunkzugang oder USB-Stick für das drahtlose Internet angeboten. Mit den neuen Geräten und attraktiven Preisen nutzen auch Privatpersonen verstärkt mobile Datendienste.

Der Umsatz mit mobilen Datendiensten legt in Deutschland 2009 laut EITO voraussichtlich um 8 % auf € 5,5 Mrd. zu. Das entspricht einem Viertel des Gesamtmarkts im Mobilfunk. Dabei sind nach Berechnungen des Branchenverbands BITKOM die Umsätze mit mobilem Internetzugang und mobiler Mail mittlerweile höher als die Erlöse aus dem SMS- und MMS-Versand. Der Gesamtumsatz mit Mobilfunkdiensten wächst im Jahr 2009 voraussichtlich um 0,3 % auf € 22,3 Mrd. Dabei fallen die Umsätze mit Handy-Gesprächen wegen sinkender Tarife und Flatrates voraussichtlich um 2 % auf € 16,8 Mrd.

5.8.3 Unternehmensentwicklung und Geschäftsmodell

Bei der Vermarktung von Consumer-Electronics-Produkten werden sich die Diversifizierungen der Vertriebswege in den klassischen CE-Fachhandel, SB- und Discountermärkte sowie den E-Commerce über das Internet auch weiterhin fortsetzen.

MEDION als eines der ganz wenigen Unternehmen mit einem umfassenden Angebot von Produkten der klassischen Unterhaltungselektronik und der Informationstechnologie kann damit die Herausforderungen des digitalen und vernetzten Weltmarktes mit anwenderfreundlichen Produktangeboten im Projektgeschäft umsetzen. Das MEDION-Geschäftsmodell bleibt darauf ausgerichtet, hochwertige, innovative Trendprodukte mit attraktivem, ausgezeichnetem Design zu günstigen Preisen im Bereich der Consumer-Electronics für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Ergänzend zu dem klassischen europäischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, Downloads und Online-Dienste.

MEDION hat durch ein straffes Kostenmanagement und die konsequente Ausrichtung auf Produkte mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und die erfolgreiche Weiterentwicklung komplementärer Dienstleistungen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 seine Profitabilität gesteigert und die Bilanzstrukturen bei einer Eigenkapitalquote von über 50 % nochmals verbessert.

MEDION wird diesen erfolgreichen Weg in 2009 konsequent weiterverfolgen, muss sich jedoch aufgrund der Belastungen durch die Rezession und die gesamtwirtschaftlichen Risiken auf ein deutlich verschlechtertes Umfeld einstellen.

Wesentlicher Baustein auf dem Weg der Weiterentwicklung war und ist – auch im Interesse der Kunden und Partner im Markt – die weitere Stärkung der Marke MEDION als Markenzeichen für Produkte und Dienstleistungen von hoher Qualität mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis und einem exzellenten Design. Die komplementären Dienstleistungen sollen durch neue Angebote z. B. aus dem Bereich der Datenübertragung ergänzt werden.

MEDION-Produkte und -Dienstleistungen überzeugen im Inland sowie im Ausland durch beste Testergebnisse und die Marke MEDION hat an Bedeutung und Wertschätzung gewonnen. MEDION verfügt neben Deutschland im gesamten Euroraum einschließlich Skandinavien und England über eine gute Präsenz und in Verbindung mit den Handels- und Kooperationspartnern über exzellent aufgestellte und hochprofessionell arbeitende Vertriebs- und Serviceeinheiten. Dies sind die Voraussetzungen, daß Geschäft im Inland, wie auch im Ausland, weiterzuentwickeln und auszubauen. Mittelfristig verfolgt MEDION dabei das Ziel, in den bereits erschlossenen Märkten in Europa wieder zu wachsen und insgesamt im Ausland rund 40 % des Umsatzes zu erwirtschaften.

Weltweite Rezession in 2009

Die zukünftige Entwicklung von MEDION als einem führenden Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Consumer-Electronics für den Massenmarkt hängt neben der effizienten und konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher ausgerichteten Strukturen und Produkte des Unternehmens in hohem Maße davon ab, wie sich der konjunkturelle Rahmen und die Konsumneigung der Verbraucher in Deutschland und in den wichtigsten europäischen Ländern entwickeln. Zu berücksichtigen sind auch die Erwartungen der Handelspartner hinsichtlich der Absatzchancen von Consumer-Electronics-Produkten und damit dem daraus resultierenden Bestellverhalten.

Eine Prognose für das laufende Geschäftsjahr 2009 und für das Geschäftsjahr 2010 ist aufgrund der verschlechterten Konjunktur- und Konsumaussichten für den Euroraum und der schwer prognostizierbaren volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen zurzeit für alle am Marktgeschehen Beteiligten mit einer hohen Unsicherheit verbunden.

Länder, in denen sich die Immobilien- und Finanzkrise besonders stark ausgewirkt hat, sind im erheblichen Maße von einem Rückgang der Binnennachfrage bedroht. Auch die umfangreichen Maßnahmenpakete der Länder werden die Lage im Euroraum und in Deutschland nur allmählich verbessern können und sich voraussichtlich erst in 2010 positiv auf die Konjunktur und das Konsumverhalten der Verbraucher auswirken. Darüber hinaus könnten sich weitere Belastungen ergeben, wenn bei Banken oder volkswirtschaftlich wichtigen Industriezweigen, wie der Automobilindustrie, Personalfreisetzen im großen Umfang in 2009 angekündigt und umgesetzt werden.

Umsatz

Die genannten Risiken und Szenarien haben zu einem vorsichtigen Orderverhalten der wesentlichen MEDION-Kunden für das 1. und 2. Quartal 2009 geführt.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand der MEDION AG davon aus, dass im 1. Halbjahr 2009 ein Umsatzrückgang in der Größenordnung von 15 % wahrscheinlich ist. Die im 2. Halbjahr 2009 prognostizierte allmähliche wirtschaftliche Erholung im Euroraum und insbesondere in Deutschland könnte dann zu einer Stabilisierung der Konsumnachfrage und damit der Umsätze bei MEDION führen.

Rohhertrag

Die Rohhertragsmargen werden aufgrund der unverändert hohen Wettbewerbsintensität weiterhin unter Druck stehen. Der MEDION-Vorstand geht jedoch davon aus, dass die gute Marktposition von MEDION gehalten werden kann und damit eine Rohhertragsmarge auf einem Niveau von 10,5 % bis 11,5 % möglich bleibt.

Ergebnis

Der MEDION-Konzern wird jedoch trotz des bekannt schwierigen Umfelds auch in 2009 deutlich profitabel sein. Aufgrund der soliden Vermögens- und Finanzlage, bei einer Eigenkapitalquote von über 50 %, kann das Geschäftsmodell erfolgreich weiterentwickelt werden; dabei sollen insbesondere das Portfolio mit designorientierten Produkten sowie der Dienstleistungsbereich mit neuen Angeboten ausgebaut werden.

Bei dieser Prognose geht der Vorstand davon aus, dass sich die zur Zeit bekannten konjunkturellen Aussichten nicht noch weiter verschlechtern. Außerdem gilt ebenfalls zu berücksichtigen, dass branchentypisch für MEDION jeweils das 4. Quartal des Geschäftsjahres das umsatzstärkste ist und bis zum Vorliegen fester Kundenaufträge für das 4. Quartal die Umsatz- und Ergebnisprognose noch mit deutlichen Unsicherheiten behaftet bleibt.

5.9 Angaben gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

1. Das € 48.418.400 betragende Grundkapital der MEDION AG ist in die entsprechende Anzahl auf den Inhaber lautender Stückaktien eingeteilt.
2. Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder der Übertragbarkeit der Aktien bestehen nach der Satzung der Gesellschaft nicht und sind darüber hinaus auch nicht bekannt.
3. Am Kapital der MEDION AG ist der Vorstandsvorsitzende, Herr Gerd Brachmann, mit 54,87 % mehrheitlich beteiligt. Darüber hinaus besteht eine 15,48 %-Beteiligung des englischen Fonds Orbis.
4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind Aktionären nicht eingeräumt.
5. Es gibt keine vom Gesetz abweichenden Regelungen zur Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital der Gesellschaft beteiligt sind.
6. Die Satzung der MEDION AG legt in § 6 Ziff. 1 und 2 fest, dass der Vorstand der Gesellschaft aus mindestens zwei Personen zu bestehen hat und die Bestellung der ordentlichen Vorstandsmitglieder sowie eventueller stellvertretender Vorstandsmitglieder, der Abschluss der Anstellungsverträge sowie der Widerruf der Bestellung und die Ernennung eines Vorstandsvorsitzenden durch den Aufsichtsrat erfolgt. Darüber hinaus enthält die Satzung keine Regelungen zur Bestellung und zum Widerruf der Bestellung von Mitgliedern des Vorstandes sowie zum Abschluss und zur Beendigung von Anstellungsverträgen, so dass die Vorschriften der §§ 84, 85 AktG maßgeblich sind. Einschlägig für Satzungsänderungen der MEDION AG sind die Bestimmungen des § 10 Ziff. 7 und des § 15 Ziff. 4 und 5 der Satzung in Verbindung mit den §§ 179 ff. AktG.

7. Der Vorstand der MEDION AG ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 10. Mai 2011 um bis zu € 24 Mio. durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen zu erhöhen. Die Einzelheiten ergeben sich aus § 3 Ziff. 8 der Satzung. Des Weiteren ist die Gesellschaft durch Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2008 ermächtigt, bis zum 12. November 2009 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu einem Volumen von € 4.841.840 des Grundkapitals zu erwerben. Die Einzelheiten zu den Voraussetzungen des Erwerbs und zur Verwendung erworbener eigener Aktien sind in dem Hauptversammlungsbeschluss festgelegt. Bis zum 31. Dezember 2008 hat die Gesellschaft 3.169.104 Stück eigene Aktien zurückerworben.
8. Bei der MEDION AG gibt es keine Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen.
9. Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit den Mitgliedern des Vorstandes oder den Arbeitnehmern ebenfalls nicht getroffen worden.

6 MEDION-Aktie

6.1	Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2008	_____	112
6.2	Hauptversammlung	_____	114
6.3	Investor Relations	_____	115



6.1 Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2008

		2008	2007
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	Stück	48.418.400	48.418.400
Grundkapital	€	48.418.400	48.418.400
Höchster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	18,40	20,33
Tiefster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	4,54	8,25
Durchschnittliche Aktienanzahl im Geschäftsjahr (nach Aktienrückkauf)	Stück	45.952.956	47.973.063
Ergebnis je Aktie	€	0,57	0,42
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€	0,57	0,42
Dividendenvorschlag je Stückaktie	€	0,15	0,15
Aktienart/Stückelung	Nennwertlose Inhaber-Stammaktien		
Zulassungssegment	Prime Standard		
Branche	Technologie/Retail		
Index	SDAX, GEX, CDAX, Prime Industrial (Xetra)		
ISIN	DE 0006605009		
Börsenplätze	Frankfurt am Main, Xetra		
Symbol	MDN		
Tickerkürzel	MDNG.F (Reuters)		
Designated Sponsor	Dresdner Kleinwort Benson		

Kapitalmarktentwicklung in 2008

Das Börsenjahr 2008 führte weltweit und in Deutschland aufgrund der Finanzmarktkrise und des dadurch ausgelösten weltweiten Konjunkturabschwungs zu deutlichen Verlusten an den Aktienbörsen. In Deutschland verlor der DAX 40 %, der MDAX gab um 43 % nach und der SDAX um 45 %. Der TecDAX halbierte sich und sank um 48 %. Auch die europäischen Benchmark-Indizes STOXX 50 und EURO STOXX 50 verloren mehr als 40 %.

Trotz massiver Leitzinssenkungen der Notenbanken und einer Garantie für Bankeinlagen zur Stützung des deutschen Finanzsystems gingen die Kursnotierungen an den Aktienmärkten aufgrund der Befürchtungen vor einer globalen Rezession und des deutlichen Rückgangs der Konjunkturindikatoren zurück. Besonders deutlich fiel der Kursrückgang im Euroraum und in Deutschland bei zyklischen und konsumorientierten Werten aus.

Diesem Trend konnte sich auch die MEDION-Aktie nicht entziehen, die von ihrem Höchstkurs 2008 von € 18,40 am 25. Februar 2008 bis zum 21. November 2008 auf € 4,54 an Wert verlor. Gegen Jahresende 2008 und Anfang 2009 stabilisierte sich der Aktienkurs leicht auf einem Niveau zwischen € 5,70 und € 7,00. In Relation zu reinen Konsumwerten und Technologiewerten aus der IT-Branche relativiert sich der Kursrückgang der MEDION-Aktie jedoch, da diese Aktien im Verhältnis mindestens ebenso stark an Wert verloren haben.

6.2 Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung am 14. Mai 2008 haben die Aktionäre der MEDION AG beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, eigene Aktien der MEDION AG bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Des Weiteren wurden Vorstand und Aufsichtsrat mit nur wenigen Gegenstimmen entlastet. Die MEDION AG hat auch auf der Hauptversammlung 2008 zwei weisungsgebundene Stimmrechtsvertreter zur Wahrnehmung von Stimmrechten angeboten und die Hauptversammlung – bis auf die Beiträge der Aktionäre und Aktionärsvertreter – im Internet übertragen.

Aktienrückkaufprogramm

Die Durchführung des am 4. Juli 2007 beschlossenen Aktienrückkaufprogramms war mit 2.420.920 Stückaktien, das sind 5 % des Grundkapitals der MEDION AG, am 21. Februar 2008 abgeschlossen. Der Vorstand der MEDION AG hat dann mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 23. September 2008 bis zu 484.184 Stückaktien, das sind 1 % des derzeitigen Grundkapitals der MEDION AG, an der Börse zurückzukaufen. Dieser Rückkauf war am 13. November 2008 abgeschlossen. Der Vorstand der MEDION AG hat weiterhin mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 4. Dezember 2008 bis zu 968.368 Stückaktien, das sind 2 % des Grundkapitals der MEDION AG, an der Börse zurückzukaufen.

Damit hat MEDION insgesamt bis zum 31. Dezember 2008 6,55 % des Grundkapitals der Gesellschaft durch Rückkauf eigener Aktien erworben. Die MEDION AG hat insgesamt 3.169.104 Stückaktien zu einem durchschnittlichen Kurswert von € 13,58 zurückgekauft, dies entspricht Anschaffungskosten von insgesamt € 43,0 Mio.

Über die Entwicklung des Aktienrückkaufprogramms hat die MEDION AG regelmäßig auf ihrer Internetseite www.medion.com/investor informiert.

6.3 Investor Relations

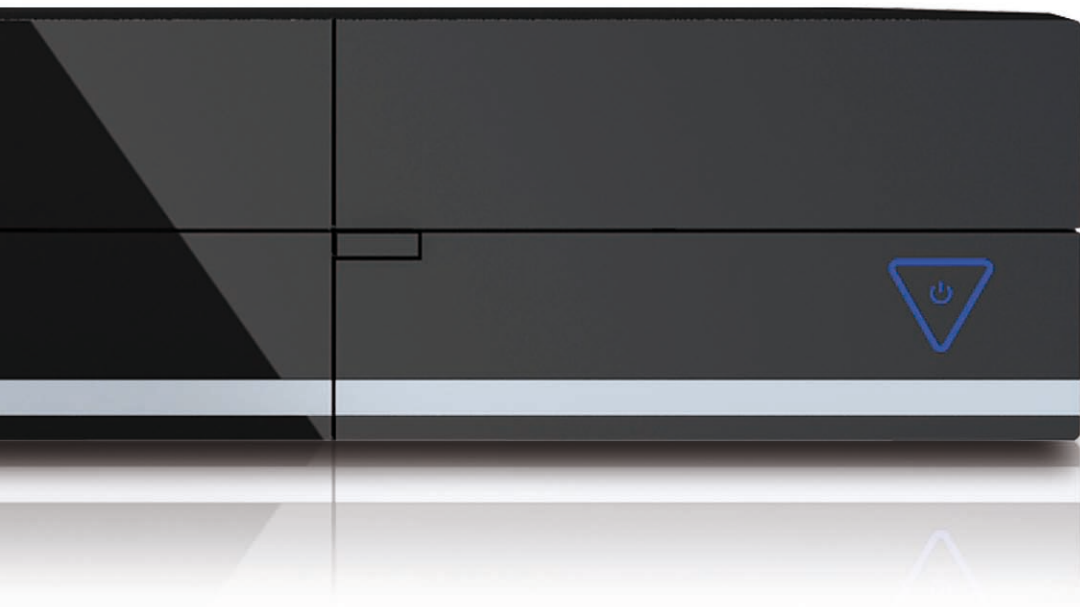
Investor Relations bei MEDION ist die zielgerichtete und kontinuierliche Kommunikation mit institutionellen und privaten Investoren sowie Analysten über die Strategie des Konzerns unter Berücksichtigung auch der historischen, der gegenwärtigen und der Annahmen zur zukünftigen Geschäftsentwicklung.

Dabei orientiert sich die Finanzkommunikation an den Grundsätzen einer aktuellen, kontinuierlichen, glaubwürdigen und offenen Darstellung des Unternehmens sowie seiner Chancen und Risiken. Oberste Priorität hat der Grundsatz des Fair Disclosure, das heißt, alle Adressaten erhalten zeitlich und inhaltlich denselben Informationsstand. Alle Veröffentlichungen und Finanzberichte werden auf der Homepage des Unternehmens, www.medion.com, dokumentiert.

Alle Veröffentlichungstermine von Quartalsberichten werden von ausführlichen englischsprachigen Telefonkonferenzen begleitet, an denen in 2008 sowohl der Vorstandsvorsitzende als auch der Finanzvorstand teilgenommen haben. Im Anschluss an die Telefonkonferenzen werden für einen zeitlich befristeten Zeitraum so genannte Replay-Aufzeichnungen angeboten. Präsentationen bei großen Kapitalmarktkonferenzen und ausgewählten Veranstaltungen, zum Beispiel zu den Themen Einzelhandel und Konsum, wurden vom Vorstand und von Investor Relations wahrgenommen.

Regulatorische Änderungen

Das sich im Zuge der Finanzmarktkrise verändernde Umfeld wird zunehmend auch von regulatorischen Restriktionen begleitet. Durch die Umsetzung der EU-Finanzmarktrichtlinie (MIFID) soll der Anlegerschutz verbessert werden, der Wettbewerb unter den Finanzdienstleistern verstärkt, und die Transaktionskosten gesenkt werden. Dazu gehört, dass Börsen und außerbörsliche Handelsplattformen aufsichtsrechtlich gleichgestellt werden und nach der Maxime „Best Execution“ der günstigste Preis einer Orderausführung zu ermitteln ist.



7 Konzernabschluss der MEDION AG

7.1	Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)	_____	118
7.2	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	_____	119
7.3	Konzern-Kapitalflussrechnung	_____	120
7.4	Segmentbericht	_____	121
7.5	Konzernbilanz	_____	122
7.6	Konzernanlagenspiegel	_____	124
7.7	Entwicklung des Konzerneigenkapitals	_____	126

7.1 Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)

Werte in Mio.€	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007
Umsatz	1.604	1.659
- Inland	1.092	1.118
- Ausland	512	541
Umsätze nach Bereichen		
- PC/Multimedia	1.008	1.136
- Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	596	523
EBIT	34	29
Konzernjahresüberschuss	26	20
Bilanzsumme	700	811
Eigenkapitalquote	50,7 %	44,4 %
Mitarbeiter	1.072	1.138
Personalaufwand	47	47
Aktienbezogene Daten		
Grundkapital	€ 48.418.400	€ 48.418.400
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000	€ 24.000.000
Ergebnis je Aktie (in €)	0,57	0,42

7.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007
1. Umsatzerlöse	(1)	1.603.673	1.659.283
2. Sonstige betriebliche Erträge	(2)	4.903	6.343
3. Materialaufwand	(3)	1.420.003	1.470.605
4. Personalaufwand	(4)	46.641	46.982
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		5.331	6.692
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5)	102.198	112.832
7. Betriebsergebnis (EBIT)		34.403	28.515
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(6)	7.736	6.824
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(6)	3.238	5.289
10. Ergebnis vor Steuern (EBT)		38.901	30.050
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (-/+ Aufwand/Ertrag)	(7)	-12.120	-9.604
12. Sonstige Steuern		-405	-167
13. Konzernjahresüberschuss		26.376	20.279
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert)		0,57	0,42
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)		45.952.956	47.973.063
Ergebnis je Aktie in € (verwässert)		0,57	0,42
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)		45.952.956	47.973.063

7.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

Werte in T€	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007
1. Betriebsergebnis (EBIT)	34.403	28.515
2. +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	5.331	6.692
3. +/- Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	-524	-224
Brutto Cashflow	39.210	34.983
4. -/+ Abnahme/Zunahme der übrigen Rückstellungen	9.621	25.671
5. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	30.338	-14.467
6. -/+ Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-32.724	14.549
7. +/- Ein-/Auszahlungen für Ertragsteuern (Saldo)	-3.737	4.144
8. = Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 7)	42.708	64.880
9. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens sowie Tilgung von Ausleihungen	353	545
10. - Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-3.280	-2.069
11. = Cashflow aus der Investitionstätigkeit (Summe aus 9 und 10)	-2.927	-1.524
12. -/+ Aus-/Einzahlungen aus Anleihen und (Finanz-) Krediten (Saldo)	-81.414	-65.518
13. - Auszahlungen für Dividende	-6.900	0
14. + Einzahlungen aus Zinsen	7.736	6.824
15. - Auszahlungen für Zinsen	-3.042	-4.837
16. - Auszahlungen für Erwerb eigener Aktien	-17.236	-25.788
17. = Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Summe aus 12 bis 16)	-100.856	-89.319
18. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 8, 11, 17)	-61.075	-25.963
19. +/- Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	76	-106
20. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	245.170	271.239
21. = Finanzmittelfonds am Ende der Periode (Summe aus 18 bis 20)	184.171	245.170

7.4 Segmentbericht

Werte in T€	Deutschland		Europa		Übriges Ausland / Konsolidierung		Konzern	
	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007
	Außenumsätze	1.091.315	1.118.159	434.827	455.510	77.531	85.614	1.603.673
Innenumsätze	25.254	28.328	17.717	17.381	-42.971	-45.709	0	0
Gesamtumsätze	1.116.569	1.146.487	452.544	472.891	34.560	39.905	1.603.673	1.659.283
EBIT	23.642	22.269	9.067	9.059	1.694	-2.813	34.403	28.515
Abschreibungen auf Anlagevermögen	3.799	4.997	1.308	1.633	224	62	5.331	6.692
Sonstige zahlungsunwirk- same Erträge/-Verände- rung Pensionsrückstellung	-524	-224	0	0	0	0	-524	-224
Brutto Cashflow	26.917	27.042	10.375	10.692	1.918	-2.751	39.210	34.983
Segmentvermögen	457.301	533.633	184.539	212.736	31.854	33.980	673.694	780.349
Segmentsschulden	255.769	353.909	75.707	83.452	8.112	9.517	339.588	446.878
Investitionen	2.556	1.418	711	637	13	14	3.280	2.069

Aktiva

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	31.12.2008	31.12.2007
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		184.171	245.170
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(8)	244.451	208.411
Vorräte	(9)	158.320	231.425
Latente Steuern	(7)	6.948	8.873
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(10)	50.604	56.946
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		644.494	750.825
Langfristige Vermögenswerte			
Sachanlagevermögen	(11)	32.187	34.246
Immaterielle Vermögensgegenstände	(12)	3.409	4.015
Geschäfts- und Firmenwert	(13)	0	194
Finanzanlagen	(14)	512	113
Latente Steuern	(7)	16.297	18.210
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(10)	3.378	3.500
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		55.783	60.278
Aktiva, gesamt		700.277	811.103

Passiva

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	31.12.2008	31.12.2007
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		128.403	162.434
Steuerrückstellungen	(7, 15)	5.857	4.057
Sonstige Rückstellungen	(16)	187.490	178.419
Sonstige kurzfristige Schulden	(17, 19)	20.674	101.975
Kurzfristige Schulden, gesamt		342.424	446.885
Langfristige Schulden			
Anleihen	(18)	0	312
Sonstige langfristige Schulden	(17, 19)	925	1.857
Pensionsrückstellungen	(20)	1.560	2.084
Langfristige Schulden, gesamt		2.485	4.253
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	(22)	48.418	48.418
– davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418			
– Bedingtes Kapital: T€ 0 (Vorjahr: T€ 1.982)			
– Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)			
Kapitalrücklage		141.665	141.665
Eigene Aktien		-43.024	-25.788
Erwirtschaftetes Eigenkapital		208.309	195.670
Eigenkapital, gesamt		355.368	359.965
Passiva, gesamt		700.277	811.103

7.6 Konzernanlagenspiegel

Werte in T€	Stand 01.01.2008	Zugänge	Abgänge	Differenz aus Währungsum- rechnung	Stand 31.12.2008
	Anschaffungskosten				
Grundstücke und Bauten	32.624	73	313	-2	32.382
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	24.629	1.291	639	-213	25.068
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	342	1	0	0	343
Sachanlagevermögen	57.595	1.365	952	-215	57.793
Lizenzen	2.106	162	5	0	2.263
EDV-Software	16.886	1.134	18	-15	17.987
Geleistete Anzahlungen	0	220	0	0	220
Immaterielle Vermögensgegenstände	18.992	1.516	23	-15	20.470
Geschäfts- und Firmenwert	516	0	0	0	516
Anteile an verbundenen Unternehmen	113	0	0	0	113
Beteiligungen	0	399	0	0	399
Finanzanlagen	113	399	0	0	512
	77.216	3.280	975	-230	79.291

Stand 01.01.2008	Zugänge	Abgänge	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2008	Stand 31.12.2007
Abschreibungen				Buchwerte		
5.362	870	14	-2	6.216	26.166	27.262
17.987	2.149	586	-160	19.390	5.678	6.642
0	0	0	0	0	343	342
23.349	3.019	600	-162	25.606	32.187	34.246
1.254	357	5	0	1.606	657	852
13.723	1.761	17	-12	15.455	2.532	3.163
0	0	0	0	0	220	0
14.977	2.118	22	-12	17.061	3.409	4.015
322	194	0	0	516	0	194
0	0	0	0	0	113	113
0	0	0	0	0	399	0
0	0	0	0	0	512	113
38.648	5.331	622	-174	43.183	36.108	38.568

7.7 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Werte in T€	Aktien im Umlauf (Anzahl)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Aktien	Erwirtschaftetes Eigenkapital			Gesamt
					Andere Ge- winnrücklagen / Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanz- instrumenten	Währungs- umrechnungs- differenzen	
Stand 1. Januar 2007	48.418.400	48.418	141.665	0	177.101	-67	-909	366.208
Erfolgsneutrale Veränderungen								
Veränderungen der Währungsumrechnungs- differenzen	0	0	0	0	0	0	-146	-146
Veränderung der Bewer- tungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	0	0	-588	0	-588
Erwerb eigener Aktien	-1.670.551	0	0	-25.788	0	0	0	-25.788
Konzernjahresüberschuss	0	0	0	0	20.279	0	0	20.279
Stand 31. Dezember 2007	46.747.849	48.418	141.665	-25.788	197.380	-655	-1.055	359.965

Konzernabschluss der MEDION AG

127 |

7.7 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Werte in T€	Erwirtschaftetes Eigenkapital							Gesamt
	Aktien im Umlauf (Anzahl)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Aktien	Andere Ge- winnrücklagen / Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanz- instrumenten	Währungs- umrechnungs- differenzen	
Stand 1. Januar 2008	46.747.849	48.418	141.665	-25.788	197.380	-655	-1.055	359.965
Erfolgsneutrale Veränderungen								
Veränderungen der Währungsumrechnungs- differenzen	0	0	0	0	0	0	20	20
Veränderung der Bewer- tungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	0	0	-6.857	0	-6.857
Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2007	0	0	0	0	-6.900	0	0	-6.900
Erwerb eigener Aktien	-1.498.553	0	0	-17.236	0	0	0	-17.236
Konzernjahresüberschuss	0	0	0	0	26.376	0	0	26.376
Stand 31. Dezember 2008	45.249.296	48.418	141.665	-43.024	216.856	-7.512	-1.035	355.368



8 Konzernanhang der MEDION AG

8.1	Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss	130
8.1.1	Aufstellungsgrundsätze	
8.1.2	Konsolidierungskreis	
8.1.3	Konsolidierungsmethoden	
8.1.4	Grundsätze der Währungsumrechnung	
8.1.5	Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	
8.1.6	Verwendung von Annahmen und Schätzungen	
8.1.7	Änderungen von Schätzungen	
8.2	Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz	141
8.2.1	Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	
8.2.2	Angaben zur Bilanz	
8.3	Ergänzende Angaben	166
8.3.1	Angaben zur Kapitalflussrechnung	
8.3.2	Segmentberichterstattung	
8.3.3	Ergebnis je Aktie	
8.3.4	Sonstige finanzielle Verpflichtungen	
8.3.5	Risikomanagement und Finanzderivate	
8.3.6	Ereignisse nach dem Abschlussstichtag	
8.3.7	Nahe stehende Unternehmen und Personen	
8.3.8	Vorstand	
8.3.9	Aufsichtsrat	
8.3.10	Corporate Governance – Angabe gemäß § 161 AktG	
8.3.11	Erklärung nach § 297 Abs.2 Satz 4 HGB	
8.3.12	Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns	

8.1.1 Aufstellungsgrundsätze

Die MEDION AG als Muttergesellschaft des MEDION-Konzerns ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in Essen, Deutschland. Die Anschrift lautet: MEDION AG, Am Zehnthof 77, 45307 Essen. Die Gesellschaft ist im Handelsregister B des Amtsgerichtes Essen (HRB 13274) eingetragen. Die Aktie wird im Börsensegment „Prime Standard“ im Regierten Markt in Frankfurt geführt.

Gegenstand des Unternehmens ist die Erbringung und Vermittlung von Dienstleistungen und der Vertrieb von Produkten aus den Bereichen Multimedia, Hard- und Software, Unterhaltungselektronik und komplementäre Dienstleistungen. Daneben werden auch weitere Non-Food-Artikel aller Art vertrieben. Darüber hinaus werden auch Call-Center und E-Commerce-Aktivitäten betrieben.

Der Konzernabschluss der MEDION AG und ihrer Tochtergesellschaften wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) erlassenen Rechnungslegungsgrundsätzen „International Financial Reporting Standards (IFRS)“ und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Zur Anwendung kamen alle für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2008 verpflichtenden Standards und Interpretationen des IASB, die von der EU übernommen wurden.

Die folgenden Standards und Interpretationen, die durch das IASB bzw. IFRIC veröffentlicht wurden, sind für den Konzernabschluss 2008 noch nicht verpflichtend anzuwenden. Auf eine nach IAS grundsätzlich zulässige vorzeitige Anwendung wurde verzichtet.

- Der IASB hat im November 2006 den IFRS 8 „Operating Segments“ veröffentlicht. IFRS 8 sieht insbesondere die Anwendung des „Management Approach“ zur Berichterstattung über die wirtschaftliche Entwicklung der Segmente vor. Der Standard ist für Berichtsperioden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen, verpflichtend anzuwenden.
- Im November 2006 wurde der IFRIC 12 „Service Concession Arrangements“ veröffentlicht. Die Interpretation regelt die bilanzielle Behandlung von im Rahmen von Dienstleistungskonzessionen übernommenen Verpflichtungen und erhaltenen Rechten im Abschluss des Konzessionsnehmers. Diese Interpretation wurde noch nicht von der EU übernommen.
- Der IASB hat im März 2007 eine Änderung zu IAS 23 „Borrowing Costs“ veröffentlicht. Die Änderung hebt das Wahlrecht auf, wonach Fremdkapitalzinsen, die im Zusammenhang mit so genannten „Qualifying Assets“ angefallen sind, als Aufwand erfasst werden können. Der Standard ist erstmals für das Geschäftsjahr 2009 verpflichtend anzuwenden. Die Änderung wurde im Dezember 2008 von der EU anerkannt.
- Der IASB hat im September 2007 eine Überarbeitung des IAS 1 „Presentation of Financial Statements“ veröffentlicht. Nach dem überarbeiteten Standard umfasst ein

Konzernabschluss in Zukunft eine Gesamterfolgsrechnung, in der sowohl die erfolgswirksamen als auch die erfolgsneutralen Aufwendungen und Erträge dargestellt werden. In der Eigenkapitalveränderungsrechnung werden zukünftig nur noch der Gesamterfolg sowie Transaktionen mit den Gesellschaftern abgebildet. Der Standard ist erstmals für das Geschäftsjahr 2009 verpflichtend anzuwenden. Die Änderung wurde im Dezember 2008 von der EU anerkannt.

- Der IASB hat im Januar 2008 eine Überarbeitung des IFRS 3 „Business Combinations“ veröffentlicht. Hierin wird im Wesentlichen die Anwendung der Erwerbsmethode bei Unternehmenszusammenschlüssen neu geregelt. Der Standard ist verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die Änderungen wurden noch nicht von der EU anerkannt.
- Der IASB hat im Januar 2008 eine Überarbeitung des IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“ veröffentlicht. Die Änderungen betreffen im Wesentlichen die Bilanzierung von Minderheitsanteilen, die künftig in voller Höhe an den Verlusten des Konzerns beteiligt werden, und von Transaktionen, die zum Beherrschungsverlust bei einem Tochterunternehmen führen und deren Auswirkungen erfolgswirksam zu behandeln sind. Der Standard ist verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die Änderungen wurden noch nicht von der EU anerkannt.
- Der IASB hat im Januar 2008 einen Zusatz zu IFRS 2 „Share based Payment: Vesting Conditions and Cancellations“ veröffentlicht. Der Zusatz definiert eindeutig, dass Ausübungsbedingungen nur Dienstbedingungen und Leistungsbedingungen sind. Der Zusatz ist im Geschäftsjahr 2009 erstmals verpflichtend anzuwenden. Der Zusatz wurde im Dezember 2008 von der EU übernommen.
- Der IASB hat im Februar 2008 einen Änderungsstandard zu IAS 32 „Financial Instruments: Presentation“ und IAS 1 „Presentation of Financial Statements – Puttable Financial Instruments and Obligations Arising on Liquidation“ veröffentlicht. Die Änderungen betreffen im Wesentlichen die Klassifizierung bestimmter Arten von Finanzinstrumenten als Eigen- oder Fremdkapital. Die Änderungen sind ab dem Geschäftsjahr 2009 verpflichtend anzuwenden. Eine Übernahme durch die EU erfolgte im Januar 2009.
- Der IASB hat im Mai 2008 Änderungen zu IFRS 1 „First Time Adoption of IFRS“ veröffentlicht. Die Änderungen sind erstmals im Geschäftsjahr 2009 verpflichtend anzuwenden. Die Änderungen wurden im Januar 2009 von der EU übernommen.
- Der IASB hat im Juli 2008 eine Ergänzung zu IAS 39 „Eligible Hedged Items - Amendment to IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement“ veröffentlicht. Die Ergänzung enthält eine Klarstellung zur Anwendung von Hedge Accounting. Die Ergänzung ist verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die Ergänzung wurde noch nicht von der EU anerkannt.
- Der IASB veröffentlichte im Mai 2008 erstmalig einen Sammelstandard „Improvements to IFRSs“. Durch diesen Sammelstandard wurden im Wesentlichen verschiedene

Inkonsistenzen beseitigt sowie Formulierungen klargestellt. Insgesamt wurden Änderungen an 20 bestehenden Standards verabschiedet. Sofern im jeweiligen Standard nichts anderes geregelt ist, sind die Änderungen auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen. Die Änderungen wurden im Januar 2009 durch die EU übernommen.

- Der IASB hat im November 2008 eine überarbeitete Fassung des IFRS 1 „First time Adoption of IFRS“ veröffentlicht. Die Änderungen betreffen lediglich die Struktur des Standards. Der überarbeitete Standard ist erstmals im Geschäftsjahr 2009 verpflichtend anzuwenden. Eine Übernahme durch die EU ist noch nicht erfolgt.
- Darüber hinaus wurden der IFRIC 13 sowie IFRIC 15–17 veröffentlicht. Außer IFRIC 13 wurden die Interpretationen von der EU noch nicht übernommen.

Der neue IFRS 8 bzw. die Änderungen zu IAS 1 und IFRS 1 betreffen Anhangsangaben bzw. die Darstellung des Abschlusses. Aus deren erstmaliger Anwendung werden sich bis auf die geänderte Darstellung von Finanzinformationen im Abschluss voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns ergeben. Die Auswirkungen aus den Änderungen von IAS 27 und IFRS 3 hängen von zukünftigen Unternehmenserwerben ab. Die übrigen Änderungen, Ergänzungen und Zusätze in den o. g. Standards und Interpretationen haben keine Relevanz für MEDION und damit keine Auswirkung.

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Auf die in den Konzernabschluss übernommenen Vermögensgegenstände und Schulden der einbezogenen Unternehmen wurden einheitlich für den Konzern geltende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden auf Grundlage der IFRS angewandt. Auf die Bewertungsunterschiede gegenüber der Steuerbilanz wurden entsprechende latente Steuern berechnet.

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge wurden – soweit nicht anders dargestellt – in T€ angegeben. Für die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung findet das Gesamtkostenverfahren Anwendung. Beim Bilanzausweis wird zwischen lang- und kurzfristigen Vermögenswerten und Schulden unterschieden, die im Anhang teilweise detailliert nach ihrer Fristigkeit ausgewiesen werden. Als kurzfristig werden Vermögenswerte und Schulden angesehen, wenn sie innerhalb eines Jahres fällig sind.

8.1.2 Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 wurden neben der Muttergesellschaft MEDION AG, Essen, die nachfolgenden Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung nach der Erwerbsmethode einbezogen.

Name und Sitz	Stammkapital zum 31.12.2008	Beteiligung	Erwerbszeitpunkt	Erste Einbeziehung in den Konzernabschluss
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen („AMS“)	€ 25.000	100,0 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr („MSG“)	€ 25.000	100,0 %	Gründung 2004	ab 1. September 2004
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION France“)	€ 150.000	100,0 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 1999
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien („MEDION UK“)	£ 400.000	100,0 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 2000
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark („MEDION Nordic“)	DKK 500.000	100,0 %	Erwerb 2002	ab 1. Juli 2002
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich („MEDION AT“)	€ 50.000	100,0 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande („MEDION NL“)	€ 650.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
8. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien („MEDION Iberia“)	€ 5.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
9. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz („MEDION Schweiz“)	CHF 100.000	100,0 %	Gründung 2004	ab 1. Februar 2004
10. MEDION USA Inc., Delaware, USA („MEDION USA“)	US\$ 10.100.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. April 2001
11. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien („MEDION Australia“)	AU\$ 10.000	100,0 %	Gründung 2003	ab 1. November 2003
12. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien („MEDION Slowenien“)	€ 8.763	100,0 %	Gründung 2006	ab 1. Juli 2007

Bei den ausländischen Tochtergesellschaften handelt es sich im Wesentlichen um Unternehmen, die Vertriebs- und Service-Dienstleistungen für die MEDION AG in den jeweiligen Ländern erbringen.

Die AMS erbringt Call-Center-Dienstleistungen. Die Geschäftstätigkeit der MSG umfasst Reparatur- sowie Logistikdienstleistungen für den After-Sales-Service und für E-Commerce-Geschäfte.

Die MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien hat ihr operatives Geschäft gemäß Beschluss der Gesellschafterversammlung im Dezember 2007 eingestellt. Mit Löschung im Handelsregister im April 2008 ist die Gesellschaft aus dem Konsolidierungskreis des MEDION-Konzerns ausgeschieden.

Grundlage für die Einbeziehung der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss waren die nach Landesrecht aufgestellten und teilweise geprüften Jahresabschlüsse der Gesellschaften für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2008. Überleitungen nach IFRS wurden von den jeweiligen Tochterunternehmen vorgelegt und von den beauftragten Abschlussprüfern bestätigt.

Die übrigen ausländischen Tochtergesellschaften der MEDION AG wurden aufgrund ihrer insgesamt untergeordneten Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogen (vgl. unter „8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen“).

8.1.3 Konsolidierungsmethoden

Die Abschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden nach konzerneinheitlichen Ansatz- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 nach der Erwerbsmethode auf den jeweiligen Anschaffungszeitpunkt der Beteiligung. Soweit zum Zeitpunkt des Erwerbs die Anschaffungskosten der Beteiligungen den Konzernanteil am Eigenkapital der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäftswerte (Goodwill). Deren Wert-haltigkeit ist gemäß IAS 36 regelmäßig durch Impairment-Tests zu verifizieren.

Darüber hinaus wurde eine Schuldenkonsolidierung und eine Aufwands- und Ertragskonsolidierung durchgeführt. Die aus der Aufwands- und Ertragskonsolidierung entstandenen Differenzen wurden ergebniswirksam verrechnet.

Zwischengewinneliminierungen waren vor dem Hintergrund des IFRS-Grundsatzes der Materiality nicht erforderlich.

8.1.4 Grundsätze der Währungsumrechnung

Die ausländischen Tochtergesellschaften, deren landesrechtlicher Abschluss nicht in Euro aufgestellt wird, sind nach den in IAS 21 vorgesehenen Abgrenzungskriterien als wirtschaftlich selbständige ausländische Teileinheit („Foreign Entity“) anzusehen. Die jeweilige Landeswährung stellt die funktionale Währung für die Geschäfte dieser Tochtergesellschaften dar.

Die Abschlüsse von Konzernunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden nach der so genannten modifizierten Stichtagsmethode (IAS 21.39) umgerechnet. Dementsprechend sind sämtliche monetären und nicht monetären Vermögenswerte und Schulden der Bilanz mit dem Bilanzstichtagskurs, das Eigenkapital mit dem historischen Kurs zum Erwerbszeitpunkt bzw. zum Zeitpunkt der Kapitalerhöhung umgerechnet. Die Gewinn- und Verlustrechnungen dieser ausländischen Konzernunternehmen werden aus Vereinfachungsgründen entsprechend IAS 21.40 zu Durchschnittskursen des Geschäftsjahres umgerechnet. Alle sich ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden erfolgsneutral in der Konzernbilanz unter der Position „Währungsumrechnungsdifferenzen“ im Eigenkapital ausgewiesen.

Die für die Umrechnung verwendeten Kurse ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

1 € =		2008	2007	2008	2007
		Bilanz Mittelkurs am 31.12.		GuV Durchschnittskurs	
Australien	AU\$	2,0257	1,6775	1,7415	1,6350
Dänemark	DKK	7,4518	7,4581	7,4558	7,4507
Großbritannien	£	0,9600	0,7346	0,7967	0,6844
Schweiz	CHF	1,4860	1,6557	1,5867	1,6427
USA	US\$	1,3977	1,4716	1,4709	1,3703

8.1.5 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beinhalten Barmittel, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten mit originären Restlaufzeiten von bis zu drei Monaten sowie finanzielle Vermögenswerte, die jederzeit in Zahlungsmittel umgewandelt werden können und nur geringen Wertschwankungen unterliegen. Die Bewertung erfolgt zu Nominalwerten; im Falle von Fremdwährungsposten zum Fair Value. Der Gesamtbestand der Zahlungsmittel und -äquivalente stimmt mit dem Finanzmittelfonds in der Kapitalflussrechnung überein.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden als finanzielle Vermögenswerte gemäß IAS 39.9 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet und zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Die fortgeführten Anschaffungskosten berechnen sich aus dem Netto-Rechnungsbetrag abzüglich Wertberichtigungen. Die Wertberichtigungen werden für wesentliche Forderungen im Rahmen einer Einzelbetrachtung vorgenommen, wenn objektive Hinweise für eine Wertminderung vorliegen. Darüber hinaus werden bestimmte Forderungen, für die keine Einzelwertberichtigungen gebildet wurden, anhand gleichartiger Risikomerkmale zu Gruppen zusammengefasst und auf Basis der Erfahrungen der Vergangenheit auf Portfoliobasis wertberichtigt. Die Wertberichtigungen werden über Wertberichtigungskonten gebucht und unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Sobald eine Forderung uneinbringlich wird, erfolgt deren Ausbuchung und die Entlastung des Wertberichtigungskontos.

Im Rahmen von Asset-Backed-Security-Transaktionen (ABS-Transaktionen) werden finanzielle Vermögenswerte an eine Zweckgesellschaft verkauft. Die Risiken werden in Form von Kaufpreisabschlägen berücksichtigt. Die Abschläge betreffen Risiken für Verwässerung, Transaktionskosten und Bonität. Da die Voraussetzungen gemäß IAS 39.17 ff. für einen Eigentumsübergang der Forderungen an die Zweckgesellschaft nicht vorliegen, werden die in die ABS-Transaktion einbezogenen finanziellen Vermögenswerte weiterhin bei der Gesellschaft bilanziert.

Sonstige kurzfristige Vermögenswerte werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen, die den erwarteten Ausfallrisiken hinreichend Rechnung tragen, bewertet. Soweit es sich um finanzielle Vermögenswerte (Finanzinstrumente) handelt, werden diese gemäß IAS 39.9 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet.

Die **Vorräte** werden im Zugangszeitpunkt zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten angesetzt. Fremdkapitalkosten werden nicht aktiviert. Die Ermittlung der Anschaffungskosten erfolgt dabei grundsätzlich nach der gewogenen Durchschnittskostenmethode. Der Bewertung der Vorräte zum Abschlussstichtag liegt der niedrigere Betrag aus gewogenem Durchschnittswert und Nettoveräußerungswert zugrunde.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen und Wertminderungen bewertet. Die Abschreibungsdauer richtet sich nach der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer. Im Zugangsjahr werden die Vermögenswerte des Sachanlagevermögens zeitanteilig (pro rata temporis) abgeschrieben. Neubewertungen des Sachanlagevermögens wurden nicht vorgenommen.

Die Anschaffungskosten der Sachanlagen umfassen den Kaufpreis sowie alle direkt zurechenbaren Kosten, um den Vermögenswert in einen betriebsbereiten Zustand zu versetzen. Es kommen folgende Nutzungsdauern zur Anwendung:

	Nutzungsdauer
Gebäude und Außenanlagen	10 – 33 Jahre
Mietereinbauten	3 – 20 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 – 13 Jahre

Das wirtschaftliche Eigentum an **Leasinggegenständen** wird demjenigen Vertragspartner in einem Leasingverhältnis zugerechnet, der alle wesentlichen Chancen und Risiken trägt. Trägt der Leasingnehmer die wesentlichen Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum am Leasinggegenstand verbunden sind (Finance Lease), so hat der Leasingnehmer den Leasinggegenstand bilanziell anzusetzen. Der Leasinggegenstand wird im Zugangszeitpunkt mit seinem beizulegenden Wert oder dem niedrigeren Barwert der künftigen Mindestleasingzahlungen bewertet und über die geschätzte Nutzungsdauer oder die kürzere Vertragslaufzeit abgeschrieben. Die Abschreibung wird erfolgswirksam erfasst.

Immaterielle Vermögensgegenstände (entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und Software) werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Die Nutzungsdauern liegen zwischen ein und zehn Jahren.

Forschungs- und Entwicklungskosten waren nicht zu aktivieren.

Der **Geschäfts- und Firmenwert** wird nicht planmäßig abgeschrieben, sondern auf Basis des voraussichtlich erzielbaren Cashflows aus der Zahlungsmittel generierenden Einheit, der der Goodwill zugeordnet ist, hinsichtlich einer Wertminderung untersucht. Die Werthaltigkeit wird jährlich gemäß IFRS 3 und IAS 36 anhand eines Impairment-Tests geprüft.

Die **Finanzanlagen** werden zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten bilanziert.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie **Darlehen und sonstige kurzfristige Schulden** werden zu ihren Rückzahlungsbeträgen – Fremdwährungsposten zum Fair Value – ausgewiesen.

Sonstige Rückstellungen werden gemäß IAS 37 gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen. Die Höhe der Rückstellungen wird durch bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der Verpflichtungen erforderlichen Ausgaben ermittelt. Damit beruht die Beurteilung der Wahrscheinlichkeit, dass ein anhängiges Verfahren Erfolg hat oder die Quantifizierung der möglichen Höhe der Zahlungsverpflichtung auf der Einschätzung der jeweiligen Situation. Wegen der mit dieser Beurteilung verbundenen Unsicherheit können die tatsächlichen Verluste ggf. von den ursprünglichen Schätzungen und damit von dem Rückstellungsbetrag abweichen. Zudem können sich Schätzungen aufgrund neuer Informationen ändern und sich ggf. erheblich auf die künftige Ertragslage auswirken.

Die **Pensionsrückstellungen** bestehen für Versorgungszusagen an Vorstandsmitglieder. Sie werden nach versicherungsmathematischen Methoden gemäß IAS 19 nach dem Anwartschafts-Barwertverfahren berechnet. Hiernach werden sowohl die zum Abschlussstichtag erworbenen Anwartschaften als auch künftig erwartete Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Der 10 %-Korridor gemäß IAS 19.92 findet keine Anwendung. Stattdessen werden die im Berichtsjahr auftretenden versicherungsmathematischen Gewinne gemäß IAS 19.95 sofort erfolgswirksam verrechnet. Im Rahmen der Berechnung wird auf die „Richttafeln 2005 G“ von Prof. Dr. Klaus Heubeck zurückgegriffen.

Die MEDION AG verwendet **derivative Finanzinstrumente**, um Marktrisiken aus Wechselkursschwankungen bei den Einkaufsgeschäften, die im Wesentlichen in US-Dollar und teils in Britischen Pfund abgewickelt werden, zu reduzieren. Dazu schließt die Gesellschaft zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses des Einkaufskontraktes Kurssicherungsgeschäfte in Form von Devisentermingeschäften ab. Diese entsprechen bezüglich Laufzeit und Betragshöhe im Wesentlichen den zugrunde liegenden Einkaufsgeschäften. Die von MEDION eingesetzten Devisentermingeschäfte erfüllen die Effektivitätsanforderungen nach IAS 39.88 für die Anwendung der Hedge-Accounting-Grundsätze. Dementsprechend werden die Devisentermingeschäfte gemäß IAS 39 mit dem Marktwert zum Abschlussstichtag in der Bilanz angesetzt. Dabei werden die Marktwerte der Devisentermingeschäfte, die der Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen (Cashflow-Hedges), erfolgsneutral über eine gesonderte Rücklage im Eigenkapital abgegrenzt. Da die Finanzinstrumente ausschließlich

zur Kurssicherung der bei den Einkaufsgeschäften zugrunde gelegten Kalkulationskurse dienen, werden die aus der Währungsumrechnung und der Währungssicherung durch Devisentermingeschäfte entstehenden Erträge und Aufwendungen im Materialaufwand erfasst.

Eigene Aktien werden mit ihren Anschaffungskosten bewertet und gemäß IAS 32.33 im Eigenkapital als Abzugsposten ausgewiesen. Die eigenen Aktien stellen nach IAS 32.11 keinen finanziellen Vermögenswert dar.

Die **Umsatzerlöse** werden zum Zeitpunkt des Gefahrenüberganges erfolgswirksam erfasst. Die Umsätze werden abzüglich Retouren, Skonti sowie umsatzabhängiger Boni und anderer Erlösschmälerungen ausgewiesen.

Die **Ertragsteuern** enthalten sowohl die unmittelbar zu entrichtenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag als auch latente Steuern. Latente Steuern werden gemäß der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode gebildet. Soweit hiernach temporäre Differenzen aus der unterschiedlichen Behandlung bestimmter Bilanzposten zwischen dem IFRS-Konzernabschluss und dem steuerlichen Abschluss vorliegen, führen diese zum Ansatz von aktiven und passiven latenten Steuern. Latente Steuern auf Verlustvorträge werden aktiviert, sofern damit gerechnet werden kann, dass diese in den zukünftigen Perioden voraussichtlich durch ein ausreichend zur Verfügung stehendes steuerliches Einkommen auch genutzt werden können. Für die Bewertung der latenten Steuern werden die Steuersätze zum Realisationszeitpunkt zugrunde gelegt, die auf Basis der aktuellen Rechtslage in den einzelnen Ländern zum Bilanzstichtag gelten. Eine Abzinsung aktiver und passiver latenter Steuern wird entsprechend den Regelungen des IAS 12 nicht vorgenommen. Der Berechnung von tatsächlichen und latenten Steuern liegen Beurteilungen und Schätzungen der Gesellschaft zugrunde. Weichen die tatsächlichen Ereignisse von diesen Schätzungen ab, könnte dies sowohl positive wie auch nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

8.1.6 Verwendung von Annahmen und Schätzungen / 8.1.7 Änderungen von Schätzungen

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die sich auf den Ausweis und die Höhe der bilanzierten Vermögensgegenstände, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Diese Annahmen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf die konzerneinheitliche Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern, die Bewertung von Rückstellungen, die Realisierbarkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis erfolgswirksam berücksichtigt.

8.1.7 Änderungen von Schätzungen

Im Rahmen der **Bewertung der Pensionsrückstellungen** zum 31. Dezember 2008 hat sich der Diskontierungssatz entsprechend der erwarteten langfristigen Marktzinsentwicklung von 5,5 % im Vorjahr auf 6,0 % erhöht. Der sich daraus ergebende Effekt wurde in Höhe von T€ 734 als versicherungsmathematischer Gewinn ertragswirksam vereinnahmt.

8.2.1 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

(1) Die **Umsatzerlöse** verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

Werte in T€	2008	2007
PC/Multimedia	1.007.526	1.135.701
Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	596.147	523.582
	1.603.673	1.659.283

Nach Regionen setzen sich die Umsätze wie folgt zusammen:

Werte in T€	2008	2007
Deutschland	1.091.315	1.118.159
Europa	434.827	455.510
Übriges Ausland	77.531	85.614
	1.603.673	1.659.283

(2) Die **sonstigen betrieblichen Erträge** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2008	2007
Erträge aus Schadensersatz/Versicherungserstattungen	1.698	1.172
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.039	1.657
Provisionserträge	648	1.055
Übrige	1.518	2.459
	4.903	6.343

(3) Bei den **Materialaufwendungen** handelt es sich um die Aufwendungen für die Beschaffung und Lohnfertigung der im Rahmen der Projekte vertriebenen Güter in den Bereichen PC/Multimedia und Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen einschließlich der Anschaffungsnebenkosten und der bezogenen Leistungen.

(4) Die **Personalaufwendungen** setzen sich aus folgenden Posten zusammen:

Werte in T€	2008	2007
Löhne und Gehälter	39.933	40.015
Soziale Abgaben	6.708	6.967
	46.641	46.982

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitäquivalente) entwickelte sich wie folgt:

Mitarbeiter nach Gruppen	2008	2007
Service	658	763
Vertrieb	269	245
Verwaltung	145	130
	1.072	1.138

(5) Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2008	2007
Vertriebsaufwendungen	81.912	91.905
Verwaltungsaufwendungen	12.093	12.443
Betriebsaufwendungen	5.853	6.016
Übrige Aufwendungen	2.340	2.468
	102.198	112.832

Der wesentliche Posten unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die **Vertriebsaufwendungen**, die sich wie folgt aufgliedern:

Werte in T€	2008	2007
Werbe-/Messekosten, Marketing	33.845	27.481
Aufwendungen für Kundenservice	22.757	34.701
Ausgangsfrachten	11.463	14.339
Übrige	13.847	15.384
	81.912	91.905

8.2.1 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Unter den **Verwaltungsaufwendungen** werden Aufwendungen für Versicherungen, Rechts- und Beratungskosten, Fremdleistungen, Nebenkosten des Geldverkehrs und sonstige allgemeine Verwaltungskosten zusammengefasst.

Die innerhalb der Verwaltungsaufwendungen erfassten Honorare für die Konzernabschlussprüfung sowie die Prüfungen der Tochtergesellschaften gliedern sich wie folgt:

Werte in T€	2008	2007
Honorar für Abschlussprüfungen	322	320
Steuerberatungshonorare	34	39
Honorar für sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	7	7
Übrige Honorare	83	78
	446	444

Bei den **Betriebsaufwendungen** handelt es sich um Aufwendungen für Mieten, Reparaturen und Betriebsbedarf.

Die **übrigen Aufwendungen** enthalten vor allem periodenfremde Aufwendungen, Wertberichtigungen auf Forderungen sowie Kursdifferenzen. Darin sind auch nicht liquiditätswirksame Nettoverluste in Höhe von T€ 37 aus der Bewertungskategorie „Trading“-Wertpapiere nach IAS 39 enthalten. Die Nettoverluste beziehen sich ausschließlich auf Kursverluste.

(6) Das **Zinsergebnis** stellt sich wie folgt dar:

Werte in T€	2008	2007
Zinserträge	7.736	6.824
Zinsaufwendungen	-1.036	-2.605
Finanzierungskosten	-2.202	-2.684
	4.498	1.535

Im Zusammenhang mit den Bewertungskategorien nach IAS 39 ergibt sich das folgende Zinsergebnis:

Werte in T€	2008	2007
Kredite und Forderungen	6.509	6.154
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	-1.034	-4.531
	5.475	1.623

Im Berichtszeitraum wurden Zinserträge auf wertberichtigte finanzielle Vermögenswerte in Höhe von T€ 9 (Vorjahr: T€ 13) vereinnahmt.

Die Zinserträge und -aufwendungen sowie die Finanzierungskosten sind mit Ausnahme der abgegrenzten Finanzierungskosten in Höhe von T€ 196 (Vorjahr: T€ 452) im Berichtsjahr zahlungswirksam geworden.

(7) Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** (-/+ Aufwand/Ertrag) setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2008	2007
MEDION AG		
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	-2.322	-2.348
Gewerbeertragsteuer	-2.226	-2.224
MEDION NL	-269	-228
AMS	-143	-12
MEDION Austria	-64	-59
MSG	-51	-40
MEDION UK	-2	-239
MEDION France	83	-271
Übrige	-119	-103
Latente Steuern	-7.007	-4.080
	-12.120	-9.604

Die Aufwendungen aus laufenden Ertragsteuern der MEDION AG betreffen die Ertragsteuerbelastung für 2008.

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung vom theoretisch erwarteten Steueraufwand zum tatsächlichen Ertragsteueraufwand gemäß IAS 12.79 ff.:

Werte in T€	2008	2007
1. Konzernergebnis vor Ertragsteuern	38.495	29.883
2. Anzuwendender theoretischer Steuersatz in %	31,93	40,02
3. Theoretische Steuer	-12.291	-11.959
4. Unterschiede zu ausländischen und latenten Steuern		
Aktivierung Verlustvorträge MEDION AG	0	7.328
Neubewertung latente Steuern aufgrund Unternehmenssteuerreform ab 2008	0	-5.204
Sonstige	238	347
5. Steuern auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	-65	-119
6. Steuererstattungen/-nachzahlungen für Vorjahre	-77	3
7. Steuern auf Beteiligungsergebnisse	75	0
8. Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-12.120	-9.604
9. Tatsächlicher Ertragsteuersatz in %	31,48	32,14

Der einheitlich theoretische Ertragsteuersatz für 2008 von 31,93 % errechnet sich aus der Gewerbesteuerbelastung von 16,11 % der Körperschaftsteuer von 15,0 % und einem Solidaritätszuschlag von 5,5 %. Dieser Steuersatz entspricht dem gesetzlichen Steuersatz der MEDION AG als Mutterunternehmen. Der Rückgang des Steuersatzes resultiert aus der Reduzierung des Körperschaftsteuersatzes von 25 % auf 15 % aufgrund der in 2007 beschlossenen Unternehmenssteuerreform.

Die **latenten Steuern** (-/+ Aufwand/Ertrag) haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2008	2007
Latenter Steueraufwand	-7.007	-4.080
Davon aus:		
Steuerlichen Verlustvorträgen der MEDION AG		
Verbrauch	-6.786	-5.980
Neuaktivierung	0	7.328
Neubewertung aufgrund Steuersatzänderungen	0	-5.204
Temporären Differenzen	-221	-224
	-7.007	-4.080

Zum Abschlussstichtag verfügt der MEDION-Konzern über inländische körperschaftsteuerliche **Verlustvorträge** in Höhe von T€ 61.042 (Vorjahr: T€ 83.029) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von T€ 61.820 (Vorjahr: T€ 83.610) sowie ausländische Verlustvorträge von T€ 4.141 (MEDION USA; Vorjahr: T€ 4.461) zur Verrechnung mit zukünftigen Gewinnen.

Obwohl die MEDION USA in 2008 ein positives Ergebnis erzielt hat und auch für die Zukunft voraussichtlich keine Verluste mehr erwartet werden, wurde auf eine Aktivierung latenter Steuern wegen der untergeordneten Geschäftstätigkeit der Tochter verzichtet.

Die inländischen Verlustvorträge entfallen vollständig auf die MEDION AG und sind nach den zurzeit geltenden gesetzlichen Regelungen unbegrenzt vortragsfähig.

In 2008 wurde die Planungsrechnung der Gesellschaft aktualisiert und insbesondere an die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen angepasst. Auf dieser Grundlage rechnet die MEDION AG auch weiterhin mit einer Ertragsentwicklung, die die Ausnutzung des gesamten verbleibenden Verlustvortrages in einem hinreichend sicheren Planungshorizont von sechs Jahren ermöglicht. Die Einschätzung der Werthaltigkeit von aktiven latenten Steuern kann sich durch das Erreichen bzw. Nichterreichen der Planungsziele in der Zukunft ändern. Dementsprechend wird der Ansatz aktiver latenter Steuern auch weiterhin jährlich überprüft werden.

Im Berichtsjahr wurden latente Steueransprüche in Höhe von T€ 6.786 aufgrund des positiven Jahresergebnisses 2008 realisiert und als Verbrauch verrechnet.

Nach der in 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform wird ab 2008 ein Ertragsteuersatz von 31,6 % angesetzt.

Die latenten Steuern entfallen auf folgende wesentliche Bilanzposten:

Werte in T€	aktivisch	passivisch	aktivisch	passivisch
	31.12.2008		31.12.2007	
Kurzfristig:				
Aus erfolgsneutraler Verrechnung im Eigenkapital	3.470	0	302	0
Wertberichtigungen auf Forderungen	28	0	33	0
Steuerliche Verlustvorträge	3.450	0	8.538	0
	6.948	0	8.873	0
Langfristig:				
Sachanlagevermögen	336	48	375	89
Pensionsrückstellungen	0	64	200	0
Übrige Rückstellungen	122	0	98	0
Steuerliche Verlustvorträge	15.839	0	17.537	0
	16.297	112	18.210	89
	23.245	*112	27.083	*89

* Wegen untergeordneter Bedeutung erfolgt Ausweis unter Steuerrückstellungen

Die latenten Steuern aus erfolgsneutralen Verrechnungen im Eigenkapital (T€ 3.470; Vorjahr: T€ 302) resultieren aus den Cashflow-Hedges im Rahmen des Hedge-Accounting gemäß IAS 39.

8.2.2 Angaben zur Bilanz

Kurzfristige Vermögenswerte

(8) Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
Forderungen	248.256	212.542
Abzüglich Wertberichtigungen	-3.805	-4.131
	244.451	208.411

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen im Wesentlichen gegenüber international tätigen Handelskonzernen. Die MEDION AG hat zum 31. Dezember 2008 Asset-Backed-Security-Transaktionen (ABS-Transaktionen) in Höhe von T€ 2.214 (Vorjahr: T€ 83.316) durchgeführt.

Die Wertberichtigungen haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2008	2007
Stand 1. Januar	4.131	6.257
Inanspruchnahmen	-852	-2.479
Auflösungen	-2.192	-3.185
Zuführungen	2.719	3.538
Wechselkursdifferenzen	-1	0
Stand 31. Dezember	3.805	4.131

Die Wertberichtigungen betreffen Einzelwertberichtigungen sowie Wertberichtigungen auf Portfoliobasis.

Von den nicht wertberichtigten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 244.451 (Vorjahr: T€ 208.411) waren T€ 216.941 (Vorjahr: T€ 154.868) zum Abschlussstichtag nicht fällig. Die übrigen (fälligen) Forderungen sind innerhalb folgender Zeitbänder per 31. Dezember überfällig:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
Kleiner als 30 Tage	20.936	44.521
Zwischen 30 und 60 Tage	446	4.158
Zwischen 61 und 90 Tage	3.249	674
Zwischen 91 und 180 Tage	1.270	1.852
Größer als 181 Tage	1.609	2.338
Summe der fälligen Forderungen	27.510	53.543

Hinsichtlich der nicht wertberichtigten, aber überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lagen zum Abschlussstichtag keine Anhaltspunkte vor, die darauf hindeuteten, dass die Schuldner ihren Verpflichtungen nicht nachkommen werden.

Die Aufwendungen für die vollständige Ausbuchung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf T€ 203 (Vorjahr: T€ 79). Erträge aus bereits ausgebuchten Forderungen waren von untergeordneter Bedeutung.

Die Forderungsverluste sind innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen unter den übrigen Aufwendungen ausgewiesen.

(9) Die **Vorräte** betreffen im Wesentlichen bei fremden Lagerhaltern und Spediteuren gelagerte Handelswaren für größtenteils fest disponierte Projektaufträge, schwimmende Waren sowie Service- und Retourenwaren.

Die Vorräte gliedern sich wie folgt auf:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
Produktivbestände	90.181	159.999
Servicewaren	32.488	37.506
Retouren-/Remarketingbestände	22.926	21.440
Direct Sales	12.725	12.480
	158.320	231.425

Zum Abschlussstichtag sind in den Vorräten die folgenden Abwertungen enthalten:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
Auf Retouren-, Service- und Remarketingwaren	20.734	22.253
Auf Produktivbestände/Direct Sales	6.026	9.872
	26.760	32.125

Nach Bedarfsbereichen betreffen die Vorräte mit T€ 125.748 (Vorjahr: T€ 189.413) PC/Multimedia und mit T€ 32.572 (Vorjahr: T€ 42.012) Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen.

(10) Die sonstigen kurz- und langfristigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
	31.12.2008		31.12.2007	
a) Finanzielle Vermögenswerte				
Ausstehende Lieferantengutschriften	26.830	26.830	24.263	24.263
Einbehaltene ABS-Transaktionen	260	260	9.773	9.773
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung	3.100	3.100	0	0
Ausgereichte Darlehen	1.983	927	1.913	586
Wertpapiere	39	39	76	76
Übrige finanzielle Vermögenswerte	121	121	1.055	1.055
	32.333	31.277	37.080	35.753
b) Übrige Vermögenswerte				
Steuerforderungen				
- Umsatz- und sonstige Steuern	14.603	14.603	17.031	17.031
- Ertragsteuern	1.060	1.060	1.328	1.328
Körperschaftsteuerguthaben nach § 37 KStG	2.163	282	2.344	284
Rechnungsabgrenzungsposten	3.668	3.382	2.634	2.549
Übrige	155	0	29	1
	21.649	19.327	23.366	21.193
	53.982	50.604	60.446	56.946

Die ausstehenden Lieferantengutschriften betreffen noch erwartete Preisgutschriften für gelieferte Produkte sowie Ansprüche aus der Abwicklung von Defektmaterialien. In den Rechnungsabgrenzungsposten werden im Wesentlichen vorausbezahlte Aufwendungen für Finanzierungsgeschäfte sowie Vorauszahlungen im Zusammenhang mit Sponsoring-Aktivitäten ausgewiesen. Darüber hinaus beinhaltet dieser Posten abgegrenzte Lizenzgebühren, Servicekosten sowie Wartungs- und Mietvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die Einbehalte aus ABS-Transaktionen beziehen sich auf kalkulatorische Kaufpreisabschläge für Verwässerung, Transaktionskosten sowie einen Abschlag für das Bonitätsrisiko. Die Abrechnung erfolgt jeweils nach Ende einer Transaktion.

Der Buchwert der finanziellen Vermögenswerte hat sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
Finanzielle Vermögenswerte	32.578	37.255
Abzüglich Wertberichtigungen	-245	-175
	32.333	37.080

Die nicht wertberichtigten sonstigen finanziellen Vermögenswerte weisen keine Überfälligkeiten auf.

Langfristige Vermögenswerte

(11) Das Gesamtinvestitionsvolumen im Bereich des **Sachanlagevermögens** belief sich in 2008 auf T€ 1.365. Die Zugänge betreffen im Wesentlichen die Neuanschaffung von IT-Hardware in Höhe von T€ 407 sowie Hardwarekosten für ein neues Webshop-System in Höhe von T€ 279.

Im Berichtsjahr setzen sich die Nettobuchwerte der geleasteten Vermögenswerte wie folgt zusammen:

Werte in T€	≤ 1 Jahr	1 Jahr < x ≤ 5 Jahre	Summe
Mindestleasingzahlungen	430	909	1.339
Abzinsung	13	7	20
Barwert = Nettobuchwert	417	902	1.319

(12) Die Zugänge im Bereich der **immateriellen Vermögensgegenstände** von insgesamt T€ 1.516 betreffen mit T€ 1.025 externe Entwicklungs- und Softwarekosten für ein neues Webshop-System sowie diverse Softwarelizenzen in Höhe von T€ 162. Die Anzahlungen in Höhe von T€ 220 beziehen sich auf externe Softwareentwicklungen im Bereich mobile Navigationssysteme.

(13) Der **Geschäfts- und Firmenwert** ergibt sich als Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung der MEDION Nordic. Die Werthaltigkeit des Firmenwertes wurde gemäß IFRS 3 und IAS 36 anhand eines Impairment-Tests planmäßig per 31. Dezember 2008 überprüft. Da hiernach die Werthaltigkeit nicht mehr gegeben ist, erfolgte eine vollständige außerplanmäßige Abschreibung.

(14) Als **Finanzanlagen** wird im Berichtsjahr ein Zugang von T€ 399 für die Beteiligung in Höhe von 20 % an dem Unternehmen Dr. Mobile Inc., British Virgin Islands, ausgewiesen. Die Gesellschaft hat in 2008 ihre operative Tätigkeit noch nicht aufgenommen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Konzernanlagevermögens ist dem Anlagenspiegel auf den Seiten 124 bis 125 zu entnehmen.

Kurzfristige Schulden

(15) Die **Steuerrückstellungen** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
MEDION AG		
Gewerbesteuer	3.800	2.107
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	797	1.405
Latente Steuern	112	49
Umsatzsteuer/Lohnsteuer	514	0
MEDION NL	504	237
MEDION France	22	20
MEDION Schweiz	53	21
MEDION Austria	25	11
Übrige	30	207
	5.857	4.057

(16) Die **sonstigen Rückstellungen** entwickelten sich wie folgt:

Werte in T€	01.01.2008	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Währungskurs- differenzen	31.12.2008
Ausstehende Rechnungen	95.500	43.656	136	63.306	-37	114.977
Gewährleistungen	77.283	11.087	0	0	0	66.196
Personal	3.734	2.936	279	3.793	-19	4.293
Übrige Rückstellungen	1.902	1.093	100	1.331	-16	2.024
	178.419	58.772	515	68.430	-72	187.490

Die **Rückstellungen für ausstehende Rechnungen** umfassen im Wesentlichen Risiken aus Lizenzabgaben, Retouren und Bonivereinbarungen für den Zeitraum bis 2008, die in Folgejahren zu Mittelabflüssen führen. Darüber hinaus sind Aufwendungen für noch zu leistende Urheberrechtsabgaben auf PCs und Notebooks passiviert, die sowohl die Risiken für Altabgaben bis 2007 sowie Abgaben nach dem neuen Urheberrecht ab 2008 umfassen.

Die **Rückstellungen für Gewährleistungen** werden für zu erwartende Nachbesserungsarbeiten und Gutschriften für die im Markt befindlichen garantiebehafteten Artikel gebildet. Die Garantiezeiträume belaufen sich auf 12 bis 36 Monate. Die Rückstellungen werden anhand einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit zum jeweiligen garantiebehafteten Umsatz eines Jahres ermittelt. Dabei werden Annahmen über die zukünftige Entwicklung der Servicekosten berücksichtigt. Die Berechnungsmethode sowie die Schätzparameter wurden im Berichtsjahr unverändert fortgeführt.

In den **Personalrückstellungen** sind ausstehende Belastungen aus Urlaubsverpflichtungen, Tantiemen und Sonderzahlungen an Vorstand und Mitarbeiter sowie Beiträge zur Berufsgenossenschaft enthalten.

Die **übrigen Rückstellungen** umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für Abschlusskosten, Rechts- und Beratungskosten und Aufsichtsratsvergütungen.

(17) Die **sonstigen kurz- und langfristigen Schulden** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
	31.12.2008		31.12.2007	
a) Finanzielle Verbindlichkeiten				
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	11.832	11.832	2.733	2.733
Verbindlichkeiten ABS-Transaktionen	2.474	2.474	93.089	93.089
Leasingverbindlichkeiten	631	585	1.373	741
Übrige	504	504	491	491
	15.441	15.395	97.686	97.054
b) Übrige Verbindlichkeiten				
Steuerverbindlichkeiten	2.544	2.544	2.717	2.717
Verbindlichkeiten Sozialversicherung	277	277	244	244
Übrige	3.337	2.458	3.185	1.960
	6.158	5.279	6.146	4.921
	21.599	20.674	103.832	101.975

Bei den Verbindlichkeiten aus ABS-Transaktionen handelt es sich um kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gegenüber der Zweckgesellschaft, die im Rahmen des ABS-Vertrages revolving zurückgezahlt werden.

Langfristige Schulden

(18) Die in 2003 begebene **Wandelanleihe** ist mit Beendigung der Laufzeit zum 29. September 2008 an die Teilnehmer zum Nennbetrag in Höhe von T€ 276 zurückgezahlt worden.

(19) In den **kurz- und langfristigen** Schulden sind nachfolgende finanzielle Verbindlichkeiten enthalten. Die Fälligkeitsstrukturen der zukünftigen (undiskontierten) Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten und der derivativen Finanzinstrumente stellen sich wie folgt dar:

Werte in T€	Cashflows 2009		Cashflows 2010	
	Zins fix	Tilgung	Zins fix	Tilgung
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	0	11.832	0	0
Verbindlichkeiten ABS-Transaktionen	0	2.474	0	0
Finanzierungsleasing	13	585	7	46
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	504	0	0
	13	15.395	7	46

Die Liquiditätssteuerung erfolgt über das Konzern-Treasury, das die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sicherstellt. Hierfür stehen Kreditlinien im Rahmen eines sog. Syndicated Loan sowie Vereinbarungen über Assed-Backed-Security-Transaktionen zur Verfügung. Der Syndicated-Loan-Vertrag wurde im Juni 2008 mit einem sechs Banken umfassenden Konsortium unter Führung der Deutsche Bank AG verlängert. Die Vertragslaufzeit beträgt zwei Jahre und endet im Juni 2010. Im November 2006 wurde ein ABS-Vertrag mit einer Zweckgesellschaft geschlossen. Die Laufzeit des Vertrages beträgt 5 Jahre und endet im Oktober 2011.

(20) Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich die **Pensionsrückstellungen** wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2008	2007
Stand 1. Januar	2.084	2.308
Zinsaufwand	115	97
Dienstzeitaufwand	95	217
Verrechnete versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	-734	-538
Stand 31. Dezember	1.560	2.084

Der Berechnung des Barwertes der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO = Defined Benefit Obligation) liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

Werte in %	2008	2007
Diskontierungssatz	6,0	5,5
Gehaltstrend	- 1)	2,0
Rententrend	1,5	1,5

¹⁾ Der Gehaltstrend ist ab 2008 nicht mehr relevant, da die absolute Obergrenze der Anwartschaft überschritten ist.

Zum Abschlussstichtag besteht keine Abweichung zwischen der Pensionsrückstellung und dem Barwert der Pensionsverpflichtungen (DBO).

Der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO) hat sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2004
Verpflichtungsbarwert	1.560	2.084	2.308	1.924	1.462

(21) Kategorien der Finanzinstrumente nach IFRS 7

Zum 31. Dezember 2008 werden folgende Buchwerte nach Bewertungskategorien ausgewiesen:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
a) Kredite und Forderungen	457.816	490.585
b) Bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen	0	0
c) Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
d) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	39	76
e) Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu Restwerten bewertet werden	131.381	256.326
f) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	0	0

Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Kategorien (Classes) und Überleitung auf Bilanzposten	Werte in T€	Bewertungs- kategorie IAS 39	Buchwert	fortgeführte An- schaffungskosten/ Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral
			31.12.2008	Wertansatz nach IAS 39	
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		a)	184.171	184.171	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		a)	244.451	244.451	
Sonstige kurz- und langfristige Vermögenswerte					
Kredite und Forderungen		a)	29.194	29.194	
Wertpapiere		d)	39		
Derivate finanzielle Vermögensgegenstände mit Hedge-Beziehungen		-	3.100		3.100
Finanzinstrumente, die nicht in den Anwendungsbereich von IFRS 7 fallen		-	512		
			461.467	457.816	3.100
Passiva					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		e)	128.403	128.403	
Anleihen und Darlehen		e)	0	0	
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten mit Hedge-Beziehungen		-	11.832		11.832
Verbindlichkeiten aus ABS-Transaktionen		e)	2.474	2.474	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		e)	504	504	
Verbindlichkeiten aus Finance-Lease		-	631		
			143.844	131.381	11.832

Konzernanhang der MEDION AG

Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz

161 |

8.2.2 Angaben zur Bilanz

Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2008	Buchwert 31.12.2007	fortgeführte An- schaffungskosten/ Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2007
				Wertansatz nach IAS 39				
		184.171	245.170	245.170				245.170
		244.451	208.411	208.411				208.411
		29.194	37.004	37.004				37.004
39		39	76			76		76
		3.100						
		512	113					113
39	0	461.467	490.774	490.585	0	76	0	490.774
		128.403	162.434	162.434				162.434
		0	312	312				312
		11.832	2.733		957	1.776		2.733
		2.474	93.089	93.089				93.089
		504	491	491				491
	631	631	1.373				1.373	1.373
0	631	143.844	260.432	256.326	957	1.776	1.373	260.432

(22) Eigenkapital

Das **gezeichnete Kapital** beträgt zum Abschlussstichtag unverändert € 48.418.400,00. Es ist in 48.418.400 nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am gezeichneten Kapital von je € 1,00 eingeteilt. Die Aktien sind voll eingezahlt. Zum Abschlussstichtag befanden sich 45.249.296 (31. Dezember 2007: 46.747.849) im Umlauf.

In der Hauptversammlung vom 22. Mai 2001 wurde beschlossen, das **bedingte Kapital I** von € 1.200.000,00 auf € 2.400.000,00 zu einem Nennwert je Aktie von 1,00 €, zu erhöhen. Von diesem Aktienvolumen wurden insgesamt 1.318.900 Stück für vorfristig lieferbar erklärt. Das bedingte Kapital I dient ausschließlich der Gewährung von Umtauschrechten für Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms. Aufgrund der Ausübung von Wandlungsrechten aus der in 1999 begebenen Wandelanleihe im August 2001 sowie aus der in 2001 begebenen Wandelanleihe im November 2003 verminderte sich das bedingte Kapital I in Summe um € 418.400,00 auf € 1.981.600,00. Da die Wandlungszeiträume der ausgegebenen Wandelanleihen abgelaufen sind, kann das bedingte Kapital nicht mehr ausgenutzt werden. Daher folgte der Aufsichtsrat am 3. Dezember 2008 dem Beschluss des Vorstandes, die Lieferbarkeit der noch verbliebenen 900.500 Aktien zurückzunehmen. Das Grundkapital beträgt nach Ausübung aller Wandlungsrechte von ausgegebenen Wandelanleihen € 48.418.400,00.

In der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 wurde beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 10. Mai 2011 das Grundkapital der Gesellschaft einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt € 24.000.000,00 im Rahmen eines **genehmigten Kapitals** zu erhöhen.

Die gesetzliche Rücklage wurde nicht dotiert, da die **Kapitalrücklage** in Höhe von T€ 141.665 bereits der Bestimmung des § 150 Abs. 2 AktG genügt. Satzungsmäßige Rücklagen sind nicht vorgesehen.

Die Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 hat den Vorstand ermächtigt, in der Zeit vom 13. Mai 2006 bis 12. November 2007 **eigene Aktien** bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

In der Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 wurde der Vorstand und Aufsichtsrat ermächtigt, ab dem 14. Mai 2007 bis zum 13. November 2008 eigene Aktien bis zu zehn vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

In der Hauptversammlung vom 14. Mai 2008 wurden der Vorstand und der Aufsichtsrat ermächtigt, bis zum 12. November 2009 eigene Aktien bis zu zehn vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb darf nach Wahl des Vorstandes, erstens über die Börse oder zweitens, mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebotes bzw. mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots erfolgen. Erfolgt der Erwerb der Aktien über die Börse, darf der von der Gesellschaft gezahlte Gegenwert je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den am Handelstag durch die Eröffnungsauktion ermittelten Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft im Xetra-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse um nicht mehr als 10 % über- oder unterschreiten. Erfolgt der Erwerb über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot bzw. eine öffentliche Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots, dürfen der gebotene Kaufpreis oder die Grenzwerte der Kaufpreisspanne je Aktie (ohne Erwerbsnebenkosten) den durchschnittlichen Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft in der Xetra-Schlussauktion (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor dem Tag der öffentlichen Ankündigung des Angebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Kaufangebots um nicht mehr als 10 % über- oder unterschreiten. Ergeben sich nach der Veröffentlichung eines öffentlichen Angebots bzw. der öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Kaufangebots erhebliche Abweichungen des maßgeblichen Kurses, so kann das Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots angepasst werden. In diesem Fall wird auf den durchschnittlichen Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft in der Xetra-Schlussauktion (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor der öffentlichen Ankündigung einer etwaigen Anpassung abgestellt. Sollte das öffentliche Angebot überzeichnet sein bzw. im Fall einer Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots von mehreren gleichwertigen Angeboten nicht sämtliche angenommen werden, kann die Annahme nach Quoten erfolgen. Eine bevorrechtigte Annahme geringer Stückzahlen bis zu 100 Stück angedienter Aktien je Aktionär kann vorgesehen werden. Ein etwaiges weitergehendes Andienungsrecht der Aktionäre ist insoweit ausgeschlossen. Das öffentliche Angebot bzw. die Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots kann weitere Bedingungen vorsehen.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die aufgrund der Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre wieder zu veräußern, und zwar wenn der bar zu zahlende Veräußerungspreis den Börsenpreis der Aktien nicht wesentlich unterschreitet. Nicht wesentlich in diesem Sinne ist eine Unterschreitung, wenn der Veräußerungspreis bis zu 5 % unter dem durchschnittlichen Börsenkurs der Aktien der Gesellschaft in der Xetra-Schlussauktion (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten fünf Börsentage vor der Veräußerung der Aktien liegt.

Der Vorstand wird weiterhin ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates die aufgrund der Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre auch als Gegenleistung an Dritte im Rahmen des Erwerbs von oder des Zusammenschlusses mit Unternehmen oder des Erwerbs von Beteiligungen an Unternehmen zu übertragen.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates Aktien, die aufgrund dieser Ermächtigung erworben werden, ganz oder in Teilen einzuziehen, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf.

Der Vorstand kann bestimmen, dass das Grundkapital durch die Einziehung nicht herabgesetzt wird, sondern sich der Anteil der übrigen Aktien am Grundkapital gemäß § 8 Abs. 3 AktG erhöht. Der Vorstand ist in diesem Fall ermächtigt, die Angabe der Zahl der Aktien in der Satzung anzupassen.

Mit der Ermächtigung soll die Gesellschaft auch in Zukunft über die Möglichkeit verfügen können, eigene Aktien zur Verfügung zu haben, um diese als Gegenleistung beim Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen anbieten zu können, da diese Form der Gegenleistung zunehmend durch die Globalisierung der Wirtschaft im internationalen Wettbewerb erforderlich ist. Die Gesellschaft wird mit der vorgeschlagenen Ermächtigung in die Lage versetzt, von dem Instrument des Erwerbs eigener Aktien Gebrauch zu machen, um die mit dem Erwerb von eigenen Aktien verbundenen Vorteile im Interesse der MEDION AG und ihrer Aktionäre zu realisieren. Diese Möglichkeit zum Bezugsrechtsausschluss bei Sachleistungen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen dient somit dem Interesse der MEDION AG, in geeigneten Einzelfällen Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen gegen Überlassung von Aktien der Gesellschaft erwerben zu können. Sich bietende Wachstumschancen durch Akquisitionen werden zunehmend, insbesondere bei großen Transaktionsvolumina, nicht in bar, sondern durch die Ausgabe eigener Aktien finanziert. Die Verwaltung wird damit in die Lage versetzt, die sich aufgrund der jeweiligen Situation bietenden Möglichkeiten kostengünstig, schnell und flexibel zu nutzen. Die Aktionäre sind dadurch auch insoweit nicht benachteiligt, als die Gesellschaft auch unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre das in der Satzung enthaltene genehmigte Kapital ausnutzen könnte.

Der Rückkauf des am 4. Juli 2007 beschlossenen Rückkaufprogramms war mit 2.420.920 Stückaktien, das sind 5 % des derzeitigen Grundkapitals der Gesellschaft, am 21. Februar 2008 abgeschlossen.

Auf Basis der Ermächtigungen hat der Vorstand der MEDION AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates im Berichtszeitraum zwei Aktienrückkaufprogramme gestartet.

Der Vorstand hat mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 23. September 2008 bis zu 484.184 Stückaktien, das ist 1% des derzeitigen Grundkapitals der Gesell-

schaft, an der Börse zurückzukaufen. Der Rückkauf war am 13. November 2008 abgeschlossen.

Der Vorstand hat daraufhin mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 4. Dezember 2008 bis zu 968.368 Stückaktien, das sind 2 % des derzeitigen Grundkapitals der Gesellschaft, an der Börse zurückzukaufen.

Er hat damit bis zum Abschlussstichtag mit 6,55 % des Aktienkapitals von der entsprechenden Ermächtigung durch die Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 bzw. 14. Mai 2008 Gebrauch gemacht. Bis zum 31. Dezember 2008 hat die Gesellschaft insgesamt 3.169.104 Aktien zu einem durchschnittlichen Kurswert von € 13,58 zurückgekauft, dies entspricht Anschaffungskosten von insgesamt T€ 43.024.

Der Aktienrückkauf wird von einer deutschen Großbank durchgeführt. Es ist vereinbart, dass die Bank die Entscheidungen über den Zeitpunkt des über die Börse erfolgenden Aktien-Erwerbs unabhängig und unbeeinflusst von der Gesellschaft trifft. Über die Entwicklung des Aktienrückkaufprogramms informiert die Gesellschaft regelmäßig auf ihrer Internetseite.

Erwirtschaftetes Eigenkapital

Die anderen Gewinnrücklagen/Bilanzgewinn beinhalten thesaurierte Ergebnisse der Vorjahre sowie die Effekte aus der Erstanwendung von IFRS 2 in 2005 in Höhe von unverändert T€ -3.341.

Im Geschäftsjahr wurde aus dem Eigenkapital eine Ausschüttung in Höhe von T€ 6.900, basierend auf einer Dividende von € 0,15 je Aktie, geleistet.

Daneben haben T€ 1.035 **Währungsumrechnungsdifferenzen** das Eigenkapital verringert (Vorjahr: T€ 1.055). Sie resultieren im Wesentlichen aus den Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien.

Für die **Entwicklung des Konzerneigenkapitals** verweisen wir auf die Seiten 126 und 127 dieses Berichtes.

8.3.1 Angaben zur Kapitalflussrechnung / 8.3.2 Segmentberichterstattung

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7, wie sich Zahlungsmittel und -äquivalente im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben. Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus laufender Geschäftstätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Der Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit ist nach der indirekten Methode ermittelt.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst die in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel bzw. -äquivalente in Form von Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten sowie jederzeit liquidierbare Geldmarktfonds-Anteile.

8.3.2 Segmentberichterstattung

Die MEDION AG war im Berichtszeitraum fast ausschließlich in einem Geschäftszweig tätig, nämlich in der Erbringung und Vermittlung von Dienstleistungen, verbunden mit dem Vertrieb von Produkten aus den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungselektronik sowie komplementäre Dienstleistungen. Die Wertschöpfungsprozesse aller Produktgruppen sind sowohl hinsichtlich der Stufen der Leistungserstellung als auch bezüglich der Vermarktungsmethoden und -wege im Wesentlichen gleichartig strukturiert. Die Organisationsstruktur ist daher einheitlich am typischen Projektablauf orientiert. Die Risikostruktur der Projekte ist über die verschiedenen Produktarten hinweg weitestgehend identisch. Aufgrund des einheitlichen Projektablaufes zeigen sich bei den verschiedenen Projekten auch auf den internationalen Märkten weitgehend gleiche Ertragsstrukturen. Daher sind die Produktgruppen nicht als getrennte Segmente im Sinne von IAS 14 zu betrachten.

Die **Segmentberichterstattung** beschränkt sich demzufolge gemäß IAS 14.50 bis 14.67 auf die Aufgliederung der wesentlichen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz nach geographischen Gesichtspunkten. Aufgrund der für die MEDION-Gruppe untergeordneten Bedeutung des US-amerikanischen Marktes wurden die Regionen „Amerika“ und „Übriges Ausland/Konsolidierung“ zusammengefasst.

Die Segmentberichterstattung erfolgt nach folgenden Grundsätzen:

- Die Außenumsätze werden den Regionen zugewiesen, in denen die Umsatzerlöse realisiert werden (Standort der Kunden).
- Die Innenumsätze der Segmente werden auf Basis von Marktpreisen erzielt. Die Eliminierung der Innenumsätze erfolgt in der Spalte „Übriges Ausland/Konsolidierung“.
- Das Segmentbetriebsergebnis (EBIT) ist um konzerninterne Verrechnungen bereinigt.
- Der Segment-Cashflow ermittelt sich auf Basis der jeweiligen Segmentbetriebsergebnisse zuzüglich der Segmentabschreibungen sowie der zahlungsunwirksamen Aufwendungen.
- Das Segmentvermögen umfasst die Aktiva, die zur Erwirtschaftung des Betriebsergebnisses des jeweiligen Segments eingesetzt werden. Die Segmentschulden ergeben sich aus dem jeweiligen zugehörigen Fremdkapital. Konzerninterne Vermögens- und Schuldposten werden in der Spalte „Übriges Ausland/Konsolidierung“ eliminiert.
- Unter den Investitionen werden die Zugänge des laufenden Geschäftsjahres in Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Finanzanlagen ausgewiesen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Segmentberichtes ist der Darstellung auf Seite 121 zu entnehmen.

8.3.3 Ergebnis je Aktie / 8.3.4 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Aktionären der MEDION AG zurechenbaren Konzernergebnisses durch die Anzahl der durchschnittlich im Umlauf befindlichen Aktien. Zurückgekaufte Aktien während einer Periode werden zeitanteilig für den Zeitraum, in dem sie sich im Umlauf befinden, berücksichtigt.

Der gewichtete Aktiendurchschnitt verringerte sich infolge der Aktienrückkaufprogramme und beträgt für das Geschäftsjahr 2008 45.952.956 Stück.

In der dargestellten Berichtsperiode gab es keine Verwässerungseffekte, die sich aus potentiellen Stammaktien ergeben.

	2008	2007
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien	45.952.956	47.973.063
Konzernjahresüberschuss (T€)	26.376	20.279
Ergebnis je Aktie (unverwässert, in €)	0,57	0,42
Ergebnis je Aktie (verwässert, in €)	0,57	0,42

8.3.4 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen beinhalten Mietverträge für Geschäfts- bzw. Lagerräume und Operating-Leasingverhältnisse. Letztere beinhalten PKW, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Wartungsverträge.

Die künftigen Zahlungsströme stellen sich wie folgt dar:

Werte in T€	2008	2007	2008	2007	2008	2007
	≤ 1 Jahr		1 Jahr < x ≤ 5 Jahre		> 5 Jahre	
Geschäfts- und Lagerräume	861	1.028	652	933	26	101
Operating-Leasingverhältnisse	1.235	1.527	618	1.679	2	0
	2.096	2.555	1.270	2.612	28	101

8.3.5 Risikomanagement und Finanzderivate

1. Kreditrisiken

Unter Kreditrisiko wird nach IFRS 7 das Risiko verstanden, dass eine Partei eines Finanzinstruments der anderen Partei einen finanziellen Verlust verursacht, indem sie einer Verpflichtung nicht nachkommt.

Bei der MEDION AG können Kreditrisiken insbesondere in Form von Ausfallrisiken entstehen. Wesentliche Ausfallrisiken können bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entstehen, wenn Kunden nicht in der Lage sind, ihre Verpflichtungen fristgerecht zu begleichen. Das maximale Ausfallrisiko wird durch den Buchwert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 244.451 (Vorjahr: T€ 208.411) wiedergegeben. Die Reduktion des Risikos erfolgt bei der MEDION AG grundsätzlich durch die Konzentration auf Kunden mit A-Bonität. Für Kundenforderungen, die im Rahmen von ABS-Transaktionen veräußert werden, besteht ein maximales Ausfallrisiko von 3 %. Kunden, die nicht in diese Kategorien fallen, sind von untergeordneter Bedeutung und werden in der Regel kreditversichert. Die Fälligkeiten und Überfälligkeiten werden kontinuierlich überwacht und monatlich an den Vorstand gemeldet. Die Risikominderung erfolgt über Einzelwertberichtigungen und Wertberichtigungen auf Portfoliobasis.

2. Liquiditätsrisiken

Das Liquiditätsrisiko beschreibt die Gefahr, Verpflichtungen aus finanziellen Schulden nicht erfüllen zu können. Die Erläuterungen des Liquiditätsmanagements sowie eine Analyse der Fälligkeiten der finanziellen Verbindlichkeiten ist unter Punkt (19) erfolgt.

3. Marktrisiken | Währungsrisiken

Währungsrisiken im Sinne von IFRS 7 entstehen durch Finanzinstrumente, welche in einer von der funktionalen Währung abweichenden Währung denominiert und monetärer Art sind. Die folgende Auflistung zeigt die wesentlichen Fremdwährungsposten zum Abschlussstichtag:

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2007
	USD		GBP		Übrige	
Zahlungsmittel	2.110	27	3.057	3.604	1.878	686
Forderungen	30.133	10.687	1.817	10.522	3.636	5.608
Verbindlichkeiten	-75.472	-134.948	-487	-315	-785	-736
Saldo	-43.229	-124.234	4.387	13.811	4.729	5.558

Die zum Abschlussstichtag zur Absicherung von Währungsrisiken abgeschlossenen Devisentermingeschäfte haben ein Nominalvolumen von rd. US\$ 240,0 Mio. Aus der Kursentwicklung resultierten zum Abschlussstichtag sowohl negative als auch positive Marktwerte. In Höhe von T€ -11.832 wurden die negativen Marktwerte in den sonstigen Verbindlichkeiten und mit T€ 3.100 wurden die positiven Marktwerte in den sonstigen Vermögensgegenständen ausgewiesen. Da die Devisentermingeschäfte der Absicherung künftiger Zahlungsströme dienen und somit als Cash-Flow-Hedge designiert wurden, erfolgte die Gegenbuchung der gesamten Marktwertänderungen von T€ 10.982 erfolgsneutral im Eigenkapital als Bewertungsrücklage. Auf die Bewertungsrücklage wurden aktive latente Steuern von T€ 3.470 gebildet. Der erfolgsneutralen Bewertungsrücklage stehen entsprechende, zum Abschlussstichtag noch nicht bilanzwirksam gewordene Währungsgewinne/-verluste aus den zugehörigen schwebenden Einkaufskontrakten gegenüber.

	Nominalwert TUS\$	Marktwert T€	Nominalwert TUS\$	Marktwert T€
	31.12.2008		31.12.2007	
Währungsbezogene Geschäfte				
Devisentermingeschäfte in US\$	240.000	-8.732	360.000	-2.733
Davon erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet (brutto)		-10.982		-957
Abzüglich latenter Steuern		3.470		302
Cashflow-Hedges		-7.512		-655
Davon erfolgswirksam verrechnet (+ = Ertrag /- = Aufwand)		2.250		-1.776

Der Marktwert wird aus dem Devisenmittelkurs vom Abschlussstichtag abgeleitet. Daneben schließt die Gesellschaft auch Stop-Loss-Orders zur Wechselkurssicherung ab. Dabei werden Kreditinstitute beauftragt, entsprechende US-Dollar-Volumina für MEDION anzukaufen, wenn der Kurs des Euro gegenüber dem US-Dollar unter den Kalkulationskurs bei Vertragsabschluss des Einkaufskontraktes zu sinken droht. Die umgekehrte Form (Take-Profit-Orders) wird ebenfalls von Fall zu Fall angewendet.

Es werden aus der Verwendung von derivativen Finanzinstrumenten keine nachteiligen Einflüsse auf die Finanzlage des Konzerns erwartet. Die Gesellschaft setzt keine Finanzinstrumente zu Handels- oder Spekulationszwecken ein.

3. Marktrisiken | Zinsrisiken

Mit Zinsrisiko wird das Risiko beschrieben, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Cashflows eines Finanzinstrumentes aufgrund von Änderungen des Marktzinssatzes schwanken.

Marktzinsänderungen von originären Finanzinstrumenten mit fester Verzinsung wirken sich nur dann auf das Ergebnis aus, wenn diese zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden.

Vorhandene liquide Mittel werden im Rahmen von „Overnight“-Anlagen oder kurzfristigen Festgeldanlagen basierend auf fix verhandelten Zinssätzen gehalten und unterliegen damit keinem Zinsrisiko.

3. Marktrisiken | Sonstige Preisrisiken

Als sonstige Preisrisiken im Sinne von IFRS 7 kommen insbesondere Risiken aus Marktpreisänderungen von Aktien sowie handelbaren Rohstoffen in Frage.

Zum 31. Dezember 2008 hat die MEDION AG keine wesentlichen Bestände an Aktien. Eigene Anteile sind keine Finanzinstrumente in diesem Sinn, da IAS 32.11 ausdrücklich auf Eigenkapitalinstrumente anderer Unternehmen abstellt.

8.3.6 Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Bis zum 25. Februar 2009 (Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung durch den Vorstand) ergaben sich keine nennenswerten Ereignisse.

8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen

Name und Sitz	Stammkapital zum	Prozentsatz der Beteiligung	Jahres- ergebnis in T€
	31.12.2008		
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen	€ 25.000	100,0 %	276
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr	€ 25.000	100,0 %	78
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000	100,0 %	-103
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, United Kingdom	£ 400.000	100,0 %	-130
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark	DKK 500.000	100,0 %	28
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich	€ 50.000	100,0 %	187
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande	€ 650.000	100,0 %	810
8. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien	€ 5.000	100,0 %	36
9. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz	CHF 100.000	100,0 %	206
10. MEDION USA Inc., Delaware, USA	US\$ 10.100.000	100,0 %	489
11. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien	AU\$ 10.000	100,0 %	101
12. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien	SIT 2.100.000 = € 8.763	100,0 %	9
13. MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000	100,0 %	nicht operativ
14. LIFETEC International Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000	100,0 %	nicht operativ
15. MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China	HK\$ 1.000.000	100,0 %	nicht operativ
16. Doctor Mobile Inc., Tortola, British Virgin Islands	US\$ 3.000.000	20,0 %	-6

Die Geschäftsbeziehungen zwischen der MEDION AG und den Tochtergesellschaften, die als nahe stehende Unternehmen anzusehen sind, sind durch Konsolidierung eliminiert und werden daher nicht weiter erläutert.

Im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit bestehen auch Liefer- und Leistungsbeziehungen zu nicht zum Anteilsbesitz des MEDION-Konzerns gehörenden nahe stehenden Unternehmen. Es bestehen vertragliche Vereinbarungen. Das Entgelt wird zu Marktpreisen abgerechnet.

Im Berichtsjahr sind folgende Geschäftsbeziehungen gemäß IAS 24 darzustellen:

Werte in T€	Umsätze (netto)	Forderung/Verbind- lichkeit (-) (brutto)
	2008	31.12.2008
MEDION Unterhaltungsmedien GmbH & Co. KG, Essen		
Warenlieferungen		
von MEDION AG	9.653	
an MEDION AG	-614	
Dienstleistungen	-541	
	8.498	2.061
Lifetec Electronics GmbH, Essen		
Warenlieferungen	882	
Provisionsvertrag	-31	
	851	535
MEDION Brachmann oHG, Essen		
Lizenzvertrag	-6	0
	9.343	2.596

8.3.8 Vorstand

Im Berichtszeitraum gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, Essen (Vorsitzender des Vorstandes),

Diplom-Ökonom Christian Eigen, Essen (stellv. Vorsitzender des Vorstandes),
Adinotec AG, Griesheim – Mitglied des Aufsichtsrates

Dr. Knut Wolf, Mülheim an der Ruhr.

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder, die im Berichtsjahr erfolgswirksam erfasst wurden, beliefen sich im Berichtsjahr auf insgesamt T€ 1.984 (Vorjahr: T€ 1.637). Die Angaben über die Grundzüge des Vergütungssystems sowie die Darstellung der individualisierten Angaben der Vorstandsbezüge gemäß § 285 S. 1 Nr. 9 a Satz 5–9 HGB sind im Vergütungsbericht im zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht dargestellt, auf den verwiesen wird.

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2008 26.584.018 Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Gerd Brachmann 26.565.018 Stück, Christian Eigen 19.000 Stück, Dr. Knut Wolf 0 Stück. Zum 31. Dezember 2007 betrug die Zahl der Aktien 26.579.018. Davon befanden sich 26.565.018 Stück im Besitz von Gerd Brachmann, 14.000 Stück wurden von Christian Eigen und 0 Stück von Dr. Knut Wolf gehalten. Der Aktienbestand von Herrn Christian Eigen hat sich im Vergleich zum Vorjahr durch den Kauf von 5.000 Aktien am 1. Juli 2008 von 14.000 auf 19.000 Stück erhöht.

Herr Gerd Brachmann, Essen, ist mehrheitlich an der MEDION AG im Sinne des § 16 AktG beteiligt.

8.3.9 Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr waren folgende Herren Mitglieder des Aufsichtsrates der Gesellschaft:

Dr. Rudolf Stütze, Essen (Vorsitzender), Rechtsanwalt
(Ehem. Managing Director der Deutsche Bank AG, Global Banking, Frankfurt am Main –
bis 30. Juni 2008)

Carl Spaeter GmbH, Duisburg – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates

DB Consult Gesellschaft mbH, Frankfurt am Main – Mitglied des Beirates
(bis 30. Juni 2008)

Dr. Hans-Georg Vater, Ratingen (stellv. Vorsitzender), Kaufmann
(Ehem. Mitglied des Vorstandes der HOCHTIEF AG, Essen)

Athens International Airport S.A., Spata, Griechenland – Mitglied des Board of Directors

HAPIMAG AG, Baar, Schweiz – Mitglied des Verwaltungsrates

ENRO Geothermie AG, Essen – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates (bis 27. Feb. 2008)

OWA Odenwald Faserplattenwerk GmbH, Amorbach – Mitglied des Beirates

DEMATIC GmbH & Co. KG, Offenbach – Mitglied des Beirates

Klöckner & Co SE, Duisburg – Mitglied des Aufsichtsrates

Universitätsklinikum Essen, Essen – Mitglied des Aufsichtsrates (seit dem 10. Jan. 2009)

Helmut Julius, Bottrop-Kirchhellen, Kaufmann
(Ehem. Mitglied des Vorstandes der MAN Ferrostaal AG, Essen)

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten für ihre Tätigkeit im Berichtszeitraum eine fixe Vergütung in Höhe von T€ 135 (Vorjahr: T€ 135). Hinzu kommt ein variabler Anteil in Höhe von T€ 91 (Vorjahr: T€ 64). Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr wurden Aufwandsentschädigungen gezahlt.

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2008 3.160 Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Dr. Rudolf Stützle 160 Stück, Dr. Hans-Georg Vater 1.000 Stück, Helmut Julius 2.000 Stück. Zum 31. Dezember 2007 betrug die Zahl der Aktien 1.160. Davon befanden sich 160 Stück im Besitz von Dr. Rudolf Stützle, 1.000 Stück wurden von Dr. Hans-Georg Vater und 0 Stück von Helmut Julius gehalten. Der Aktienbestand von Herrn Helmut Julius hat sich im Vergleich zum Vorjahr durch den Kauf von 2.000 Aktien am 13. Oktober 2008 von 0 auf 2.000 Stück erhöht.

Die Angaben über die Grundzüge des Vergütungssystems sowie die Darstellung der individualisierten Angaben der Aufsichtsratsbezüge gemäß § 314 Absatz 1 Nr. 6 a Satz 5–8 HGB sind im Vergütungsbericht – der Bestandteil des Lageberichtes und zusammengefassten Konzernlageberichtes ist – dargestellt, auf den verwiesen wird.

8.3.10 Corporate Governance – Angabe gemäß § 161 AktG

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) stellt die wesentlichen Empfehlungen zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften dar und enthält Standards verantwortungsvoller Unternehmensführung in der Fassung vom 6. Juni 2008.

Am 3. Dezember 2008 haben Vorstand und Aufsichtsrat die aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

8.3.11 Erklärung nach § 297 Abs. 2 Satz 4 / 8.3.12 Verwendung Bilanzgewinn

Erklärung nach § 297 Abs. 2 Satz 4 sowie § 315 Abs. 1 Satz 6 HGB

„Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.“

8.3.12 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG schlagen für das Geschäftsjahr 2008 folgende Verwendung des Bilanzgewinns der MEDION AG gemäß dem Einzelabschluss vor:

- Zahlung einer Dividende von € 0,15 pro Aktie (Vorjahr: € 0,15)	T€ 6.787
- Einstellung in die Gewinnrücklagen	T€ 23.938
	<u>T€ 30.725</u>

Essen, im Februar 2009

MEDION AG

Gerd Brachmann
Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen
Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

Dr. Knut Wolf
Mitglied des Vorstandes

9 Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer

Wir haben den von der MEDION AG, Essen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2008 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Konzernlagebericht und Lagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt 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 zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht 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 zusammengefassten Konzernlageberichts und Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der zusammengefasste Konzernlagebericht und Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Essen, 25. Februar 2009

MÄRKISCHE REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Astrid Stöner
Wirtschaftsprüferin

Klaus Orzehsek
Wirtschaftsprüfer

10 Einzelabschluss der MEDION AG

10.1	Gewinn- und Verlustrechnung	_____	181
10.2	Bilanz	_____	182

10.1 Gewinn- und Verlustrechnung

Werte in T€	2008	2007
1. Umsatzerlöse	1.599.891	1.656.679
2. Sonstige betriebliche Erträge	5.146	6.904
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	1.405.413	1.458.628
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	12.926	11.296
	1.418.339	1.469.924
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	21.104	18.819
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	3.357	2.951
	24.461	21.770
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	4.796	6.225
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	126.137	140.772
7. Erträge aus Beteiligungen	0	780
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	7.669	6.726
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens	24.015	0
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.259	5.302
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	11.699	27.096
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (-/+ Aufwand/Ertrag)	-4.585	-4.703
13. Sonstige Steuern (-/+ Aufwand/Ertrag)	-339	-139
14. Jahresüberschuss	6.775	22.254
15. Entnahme aus Gewinnrücklagen	23.950	0
16. Bilanzgewinn	30.725	22.254

Aktiva

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Gewerbliche Schutzrechte	657	851
2. EDV-Software	2.475	3.082
3. Geleistete Anzahlungen	220	0
	3.352	3.933
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke und Bauten	26.126	27.209
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.167	5.789
3. Geleistete Anzahlungen	343	342
	31.636	33.340
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	3.906	3.936
2. Beteiligungen	399	0
	4.305	3.936
	39.293	41.209
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Waren	158.298	229.925
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	242.864	207.746
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.199	1.677
3. Sonstige Vermögensgegenstände	44.499	55.666
	288.562	265.089
III. Wertpapiere		
1. Eigene Aktien	19.078	25.788
2. Sonstige Wertpapiere	5.001	0
	24.079	25.788
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	172.946	242.423
	643.885	763.225
C. Rechnungsabgrenzungsposten	3.414	2.482
D. Latente Steuern	336	375
	686.928	807.291

Passiva

Werte in T€	31.12.2008	31.12.2007
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital		
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418	48.418	48.418
- Bedingtes Kapital: T€ 0 (Vorjahr: T€ 1.982)		
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)		
II. Kapitalrücklage	138.324	138.324
III. Gewinnrücklagen		
1. Rücklage für eigene Aktien	19.078	25.788
2. Andere Gewinnrücklagen	122.169	124.055
	141.247	149.843
IV. Bilanzgewinn (Vorjahr: Jahresüberschuss)	30.725	22.254
	358.714	358.839
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen	1.762	1.451
2. Steuerrückstellungen	5.159	3.561
3. Sonstige Rückstellungen	184.827	173.566
	191.748	178.578
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen	0	312
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	124.442	165.311
3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	4.371	5.627
4. Sonstige Verbindlichkeiten	4.317	95.440
	133.130	266.690
D. Rechnungsabgrenzungsposten	3.336	3.184
	686.928	807.291

15. Mai 2009	Zwischenbericht zum 31. März 2009
15. Mai 2009	Hauptversammlung, Essen
12. August 2009	Halbjahresbericht zum 30. Juni 2009
12. November 2009	Zwischenbericht zum 30. September 2009
März 2010	Geschäftsbericht 2009
März 2010	Analystenkonferenz

Impressum

Die in diesem Dokument wiedergegebenen Bezeichnungen können Marken sein, deren Benutzung durch Dritte für deren Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen kann.

MEDION AG
Investor Relations
Am Zehnthof 77
45307 Essen

Tel +49(0)201-83 83 6500
Fax +49(0)201-83 83 6510
E-Mail aktie@medion.com
Internet www.medion.de / www.medion.com

Fotonachweis: Das Copyright der Abbildungen liegt bei MEDION AG
Gestaltung / Satz: Horst Müller, Büro für Gestaltung 44793 Bochum
Druck: Druckpartner GmbH 45307 Essen

MEDION®

www.medion.de

