MEDION

05

# Geschäftsbericht

GESCHÄFTSBERICHT 2005 MEDION AG

| Werte in Mio.€ | 01.01. - 31.12.2005 | 01.01. - 31.12.2004* | 01.01. - 31.12.2003 | 01.01. - 31.12.2002 | 01.01. - 31.12.2001 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Umsatz** | **2.527** | **2.624** | **2.924** | **2.627** | **2.117** |
| -Inland | 1.699 | 1.549 | 1.916 | 1.829 | 1.620 |
| -Ausland | 828 | 1.075 | 1.008 | 798 | 497 |
| Umsatzaufteilung | | | | | |
| -PC/Multimedia | 1.799 | 1.919 | 2.091 | 1.937 | 1.553 |
| -Unterhaltungselektronik | 632 | 642 | 778 | 651 | 515 |
| -Kommunikationstechnik | 96 | 63 | 55 | 39 | 49 |
| **EBIT** | **22,0** | ***88,2** | **175,8** | **146,8** | **117,4** |
| Jahresüberschuss | 9,2 | *48,8 | 103,1 | 91,3 | 70,1 |
| Bilanzsumme | 829 | 867 | 982 | 839 | 619 |
| **Eigenkapitalquote** | **53,25 %** | **52,60 %** | **44,71 %** | **43,48 %** | **48,30 %** |
| Abschreibungen | 8,5 | 7,0 | 5,5 | 3,6 | 1,7 |
| Mitarbeiter | 1.551 | 1.426 | 1.092 | 837 | 637 |
| Personalaufwand | 59,9 | *62,7 | 46,2 | 34,3 | 23,7 |
| **Aktienbezogene Daten** | | | | | |
| Grundkapital | € 48.418.400 | | | | |
| Genehmigtes Kapital | € 10.000.000 | | | | |
| ISIN | DE0006605009 | | | | |
| Wertpapier-Kenn-Nr.: | 660500 | | | | |
| Reuters-Kürzel | MDNG.F | | | | |
| Notierungen | Frankfurt am Main XETRA | | | | |
| Indizes | Prime Standard All share, CDAX, DOW JONES STOXX, GEX | | | | |
| Streubesitz | 45 % | | | | |
| Ergebnis je Aktie | 0,19 | *1,01 | 2,13 | 1,89 | 1,46 |
| Free Cashflow je Aktie | 1,49 | 0,94 | 1,20 | 1,12 | 1,05 |
| (Durchschnittliche Aktienanzahl) | 48.418.400 | 48.418.400 | 48.381.733 | 48.378.400 | 48.129.589 |
| Dividende je Aktie | 0,19 | 0,55 | 0,70 | 0,60 | 0,50 |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# Geschäftsbericht

GESCHÄFTSBERICHT 2005 MEDION AG

MEDION
wilkommen in der
MEDION box

# Inhalt


| | | |
|---|---|---|
| 1 | Vorwort des Vorstandes | 7 |
| 2 | Bericht des Aufsichtsrates | 10 |
| 3 | Corporate Governance Bericht | 14 |
| 4 | MEDION-Geschäftsmodell | 22 |
| 5 | Konzernlagebericht | 46 |
| 6 | MEDION-Aktie | 84 |
| 7 | Konzernabschluss der MEDION AG | 90 |
| 8 | Konzernanhang | 100 |
| 9 | Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer | 131 |
| 10 | Einzelabschluss der MEDION AG | 136 |

Finanzkalender

Impressum

## Die Einfachheit des Fernsehens...

Genießen Sie die neueste Plasma- und Empfangs-Technik von MEDION. Neben perfekter Bild- und Tonqualität wurde der 50“ Plasma MD30150 für seine einfache Bedienbarkeit von der „Audio Video Foto Bild“ gelobt.
So kommen Sie leicht in den Genuss von HD READY, Virtual Dolby Surround, HDMI-Eingang zur digitalen Bild- und Tonübertragung mit HDCP-Entschlüsselung, Doppeltuner für Bild-in-Bild-Darstellung im TV-Modus und vielem mehr.

So einfach ist Fernsehen.

1 Vorwort des Vorstandes

2 Bericht des Aufsichtsrates

3 Corporate Governance Bericht

# 1 Vorwort des Vorstandes

**Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,**

das Geschäftsjahr 2005 hat unsere Erwartungen – ebenso wie die des Einzelhandels – nicht erfüllt.
In vielen zentraleuropäischen Ländern und in Deutschland hat sich in 2005 das Konsumklima nicht verbessert. Gründe hierfür waren mangelnde Zuversicht in die wirtschaftliche Zukunft vor allem im Hinblick auf die fehlende Arbeitsplatzsicherheit sowie höhere Lebenshaltungskosten infolge gestiegener Energiekosten.

Die politische Unsicherheit in Deutschland bis zum Oktober 2005, Berichte in den Medien über Massenentlassungen bei Großunternehmen und die zukünftige Ölpreisentwicklung trugen zusätzlich zur Verunsicherung bei. Insgesamt führte diese Entwicklung zu einem sehr vorsichtigen Orderverhalten unserer Partner im Handel bei dem für uns so wichtigen Weihnachtsgeschäft. Ein überdurchschnittlicher Preisverfall bei Produkten der Konsumelektronik wirkte sich negativ auf unsere Marge aus.

Zwangsläufig beeinflussten die äußeren Umstände auch die Geschäftsentwicklung von MEDION. Allerdings ist es nach dem deutlichen Umsatz- und Ergebnisrückgang im ersten Quartal 2005 gelungen, in den folgenden Quartalen den Umsatz zu stabilisieren und sogar wieder leicht zu steigern.

Der Umsatz sank um 3,7 % auf € 2.527 Mio. nach € 2.624 Mio. im Jahr zuvor. Das EBIT erreichte € 22 Mio. nach € 88 Mio. im Vorjahr. Ursächlich hierfür waren insbesondere die erhöhten Sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die geprägt waren von gestiegenen Service- und Sonstigen Vertriebskosten. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die Gesellschaft im vierten Quartal 2005 einen Restrukturierungsaufwand in Höhe von € 20,5 Mio. verbuchte.

Der Gewinn pro Aktie im Geschäftsjahr 2005 beläuft sich auf € 0,19 im Vergleich zu einem Gewinn pro Aktie von € 1,01 im Vorjahr.

Da der Vorstand von dem Gelingen einer erfolgreichen Neuausrichtung des Unternehmens überzeugt ist, sollen die Aktionäre über den Dividendenvorschlag eine Verzinsung ihres Engagements erhalten.
Im Ausland konnte MEDION seine Ziele nicht vollständig realisieren. Der Auslandsanteil am Umsatz erreichte 32,8 %. Ursächlich für die im Vergleich zum Vorjahr abgeschwächte Entwicklung ist unter anderem der Rückgang der Umsätze in den Niederlanden, Frankreich und Italien. Hier haben jedoch teilweise auch Vertriebserwägungen eine Rolle gespielt, mit denen ein bewusstes Abschmelzen nicht ertragreicher Umsätze in Kauf genommen wurde.

# 1 Vorwort des Vorstandes

Mit Blick auf den Verlauf des Aktienkurses im Jahr 2005 steht außer Frage, dass die Kursentwicklung für Sie als Aktionäre wie auch für uns nicht zufriedenstellend ist. Einer vergleichsweise guten Performance in den Monaten Mai bis September 2005 folgte dann parallel mit der erkennbaren Verschlechterung der Situation im Einzelhandel ein deutlicher Kursrückgang.

Unsere Zielsetzung bleibt es weiterhin, dauerhaft stabile Perspektiven für MEDION zu entwickeln. Aktienkurse sind eine Folge der Ertragskraft und der Leistungskraft eines Unternehmens sowie der Annahmen der Marktteilnehmer zu den künftigen Entwicklungen des Umfelds und der operativen Stärken. Die stabile Position von MEDION im Ausland und unsere nach wie vor gute Position im Heimatmarkt Deutschland zeigen, dass das Geschäftsmodell von MEDION intakt ist. Unsere Konzentration richtet sich jetzt darauf, gemeinsam mit unseren Kunden im Einzelhandel die Internationalisierung konsequent voranzutreiben und durch neue Produkt- und Vertriebsideen Umsatzpotentiale zu generieren.

Es hat sich gezeigt, dass unser Geschäftsmodell, innovative, hochwertige und zugleich preislich attraktive Trendprodukte der Konsumelektronik anzubieten, weiterhin überzeugt. Dies belegt der schnelle Abverkauf der Waren bei einer Vielzahl von Verkaufsaktionen der multinationalen Handelskonzerne. MEDION gehört in Europa zu den Preis-Leistungs-Führern und nimmt bei der Vermarktung von innovativen Technologien für weite Konsumentenkreise eine herausragende Stellung ein.

Im vergangenen Jahr erreichten unsere Produkte eine sehr gute Marktakzeptanz. Wir haben wiederum eine Fülle positiver Testberichte und Kundenbewertungen im In- und Ausland erhalten. Diese positive Resonanz bestätigt unser Unternehmenskonzept und motiviert uns, Produkte und Service kontinuierlich zu verbessern. Neben der Normalisierung des Konsumverhaltens in Deutschland sowie der Forcierung des Auslandsgeschäftes kommt insbesondere der Kreativität und der Innovationskraft des Produktmanagements eine hohe Bedeutung zu. Große Verkaufserfolge im Bereich Mobile Computing, z. B. Notebooks oder mobile Navigationsgeräte und im Bereich Unterhaltungselektronik mit LCD- und Plasma-Fernsehern haben deutlich gezeigt, wie selbst in Zeiten geringer Anschaffungsneigung eine gute Nachfrage erzeugt werden kann.

Entscheidend wird jedoch für MEDION sein, die Maßnahmen zur Verbesserung der Produktivität und Rentabilität weiter zügig umzusetzen. Produktarten und Vertriebsstrukturen müssen sich an Deckungsbeiträgen und Risikoprofilen orientieren. Unter der Prämisse „Ertrag geht vor Umsatz“ muss die Leistungsfähigkeit des Unternehmens neu ausgerichtet werden. Dies wird – wie angekündigt – zunächst noch in 2006 einen bewusst in Kauf genommenen Umsatzrückgang bedeuten.

# 1 Vorwort des Vorstandes

Die anerkannte Attraktivität als starker Partner des Handels muss durch weitere Maßnahmen zur Verbreiterung des Dienstleistungsangebotes ausgebaut werden. Der Einstieg in das Online-Foto-Service-Geschäft und die Entwicklung von Dienstleistungen im Bereich Mobilfunk sind zentrale Beispiele für eine solche Neuausrichtung.

Das MEDION-Geschäftsmodell ist weiterhin erfolgversprechend, da das Unternehmen sowohl auf der Einkaufs- als auch auf der Vertriebsseite über sehr flexible Strukturen verfügt. Dies in Verbindung mit einer auf den breiten Konsum ausgerichteten Innovationsstärke lässt uns davon ausgehen, dass wir auch in Zukunft über eine gute Wettbewerbsposition verfügen.

Gerade vor dem Hintergrund des schwierigen Jahres 2005 möchten wir uns recht herzlich bei allen Mitarbeitern im In- und Ausland, die sich mit vorbildlichem Einsatz für unser Unternehmen eingesetzt haben, bedanken.

Der Vorstand

Gerd Brachmann | Christian Eigen | Dr. Knut Wolf

# 2 Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat nahm im Berichtsjahr die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahr. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar 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 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 2005 fanden fünf Aufsichtsratssitzungen statt. An sämtlichen Sitzungen haben alle Mitglieder des Aufsichtsrates teilgenommen. Darüber hinaus gab es mehrere interne Vorgespräche und Nachbereitungen der Aufsichtsratsmitglieder. 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.

Neben der fortlaufenden und detaillierten Unterrichtung über die Umsatz-, Ergebnis- und Beschäftigungsentwicklung in den einzelnen Bereichen, über die Finanzlage des Unternehmens sowie die Investitionsplanung waren Schwerpunkte der Beratungen im Berichtsjahr:

- Aktivitäten im US-amerikanischen Markt,
- Maßnahmen zur Verbesserung der Produktivität und Rentabilität von MEDION,
- Bereinigung unrentabler Produktarten und Auftragsstrukturen sowie eine damit verbundene Restrukturierung der Bereiche Produktmanagement und Vertrieb,
- Erörterung der Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes vom 2. Juni 2005.

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

# 2 Bericht des Aufsichtsrates

Gegenstand regelmäßiger Beratungen im abgelaufenen Geschäftsjahr war der Deutsche Corporate Governance Kodex, insbesondere mit den Änderungen vom 2. Juni 2005. Vorstand und Aufsichtsrat haben am 7. Dezember 2005 eine aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und diese den Aktionären auf der Webseite der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Aus der Entsprechenserklärung geht hervor, dass die MEDION AG in drei Punkten, nämlich bezüglich der Individualisierung der Vorstandsvergütungen, der Individualisierung der Aufsichtsratsvergütungen und der Ausschussbildung vom Kodex abweicht. Nicht mehr aktuelle Entsprechenserklärungen zum Kodex werden ebenfalls auf der Internetseite 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 Kodexes kann dem nachfolgenden Kapitel entnommen werden.

Der Aufsichtsrat hat sich gemäß Ziffer 5.6 des Deutschen Corporate Governance Kodexes verpflichtet, regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit zu überprüfen. Dies erfolgte fortlaufend und insbesondere in seiner Sitzung am 7. Dezember 2005 anhand eines detaillierten Fragebogens. Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

- Wahrnehmung der Beratungs- Überwachungs- und Prüfungsaufgabe, insbesondere hinsichtlich der Rechnungslegung und Abschlussprüfung,
- Informations- und Berichtspflichten des Vorstandes,
- Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und
- Verfahrensabläufe im Aufsichtsrat.

Die durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Mai 2005 zum Abschlussprüfer bestellte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat gemäß der Auftragserteilung durch den Aufsichtsrat den Jahresabschluss der MEDION AG, den Konzernabschluss sowie den Lagebericht (nach § 315 Abs. 3 HGB zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht) zusammen mit den Anhängen zum 31. Dezember 2005 geprüft. Das Auftragsverhältnis zwischen der MEDION AG und der Prüfungsgesellschaft hat die Anforderungen des Corporate Governance Kodexes erfüllt. Dem Aufsichtsrat liegt eine Unabhängigkeitserklärung der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vor. Darin wurde bestätigt, dass keinerlei berufliche, finanzielle oder sonstige Beziehungen zur MEDION AG und ihren Organen bestehen, die Zweifel an der Unabhängigkeit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft begründen könnten.

# 2 Bericht des Aufsichtsrates

Der Abschlussprüfer hat die vorgeschriebenen Bestätigungsvermerke ohne Einschränkung erteilt. 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.

Der Aufsichtsrat konnte sich auch davon überzeugen, dass der Vorstand angemessene Maßnahmen zur Risikofrüherkennung ergriffen hat, um die sich aus dem Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich ergebenden Verpflichtungen zu erfüllen.

Die Jahresabschlussunterlagen und Prüfungsberichte gingen allen Aufsichtsratsmitgliedern zu. Sie waren in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 6. März 2006 Gegenstand ausführlicher Beratung. Der Abschlussprüfer, der bereits im Vorfeld Fragen des Aufsichtsrates beantwortet hatte, nahm an der Sitzung teil, in der er über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfungen berichtete und dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte zur Verfügung stand.

Zudem hat auch der Aufsichtsrat den Jahresabschluss der MEDION AG, den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind keine Einwendungen zu erheben. Die Berichte des Abschlussprüfers hat der Aufsichtsrat zustimmend zur Kenntnis genommen. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der MEDION AG sowie den Konzernabschluss hat der Aufsichtsrat am 6. März 2006 gebilligt. Der Jahresabschluss der MEDION AG ist damit festgestellt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinnes an.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der MEDION AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2005 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.“

# 2 Bericht des Aufsichtsrates

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.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im In- und Ausland für ihr hohes Engagement in einem anerkannt schwierigen konjunkturellen Umfeld im abgelaufenen Geschäftsjahr.

Essen, im März 2006

Der Aufsichtsrat

Dr. Rudolf Stützle
Vorsitzender

# 3 Corporate Governance Bericht

Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG zur Corporate Governance

Führungs- und Kontrollstruktur

Aktionäre und Hauptversammlung

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand

Der Aufsichtsrat

Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Transparenz

Compliance

Umgang mit Risiken

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

# 3 Corporate Governance Bericht

- MEDION CORPORATE GOVERNANCE STRUKTUR
- GREMIEN
- COMPLIANCE EINGERICHTET

**Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG zur Corporate Governance**

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

Der Aufsichtsrat behandelt regelmäßig die Anwendung und Weiterentwicklung der Corporate Governance Grundsätze. MEDIONs Corporate Governance Grundsätzen liegt der Deutsche Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 2. Juni 2005 zugrunde. Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG haben sich intensiv mit den neuen Anforderungen des Kodexes befasst und die aktuelle Entsprechenserklärung auf ihrer Sitzung am 7. Dezember 2005 verabschiedet. Darüber hinaus ist die Entsprechenserklärung auf den Internet-Seiten von MEDION in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht und wird bei Änderungen aktualisiert. Die bisherigen Entsprechenserklärungen gemäß § 161 AktG sind ebenfalls noch im Internet einsehbar.

Am 19. Dezember 2002 gaben Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG die erste Entsprechenserklärung nach § 161 AktG ab. Bis auf eine Ausnahme entsprach MEDION den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes in der Fassung vom 7. November 2002. Vorstand und Aufsichtsrat erklärten, dass der Aufsichtsrat keine Ausschüsse gebildet hat, da dieser nur aus drei Mitgliedern besteht. Die am 9. Dezember 2003 abgegebene Entsprechenserklärung, die sich auf die Verhaltensempfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes in der Fassung vom 21. Mai 2003 bezog, wurde um zwei Abweichungen ergänzt: Die Angaben zur Vergütung der Vorstandsmitglieder sowie die Angaben zur Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder im Anhang des Konzernabschlusses erfolgen nicht individualisiert, da sich die Angemessenheit der Vergütung bereits durch die Angabe der – nach fixen und variablen Anteilen differenzierten – Gesamtvergütung ausreichend beurteilen lässt. In der am 7. Dezember 2004 abgegebenen Erklärung wurden die oben genannten Abweichungen beibehalten. In der am 7. Dezember 2005 auf der Grundlage des neu gefassten Kodexes verabschiedeten Erklärung wurden diese Abweichungen nicht geändert.

**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 3-köpfigen Vorstand und einen 3-köpfigen Aufsichtsrat umfasst.

# 3 Corporate Governance Bericht

**Aktionäre und Hauptversammlung**

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. Satzungsänderungen und kapitalverändernde Maßnahmen werden ausschließlich von der Hauptversammlung beschlossen.

**Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat**

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle des MEDION-Konzerns eng zusammen. Dabei stimmt der Vorstand die strategische Ausrichtung des MEDION-Konzerns mit dem Aufsichtsrat ab und erörtert mit ihm in regelmäßigen Abständen den Stand der Strategieumsetzung. Des Weiteren informiert er den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für den MEDION-Konzern relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Bei Projekten und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig sind, informiert der Vorstand den Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen ausführlich. Für maßgebliche Geschäftsvorfälle sind Zustimmungsvorbehalte des Aufsichtsrates festgelegt. Die MEDION AG hat für Vorstand und Aufsichtsrat eine D&O-Versicherung mit einem angemessenen Selbstbehalt abgeschlossen.

**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. Mitglieder des Vorstandes dürfen nicht älter als 60 Jahre sein. Bei Erstbestellung ist die maximal mögliche Bestelldauer von fünf Jahren nicht die Regel.

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 Gesamtvergütung des Vorstandes umfasst ein fixes Grundgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitgliedes orientiert und im Anstellungsvertrag festgelegt ist, sowie eine variable, betraglich begrenzte Tantieme, die sich an der persönlichen Leistung des

Vorstandsmitgliedes orientiert und vom Aufsichtsrat nach pflichtgemäßer Einschätzung festgelegt wird.
Darüber hinaus dienen Wandelanleihen als variable Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung und Risikocharakter. Aus den begebenen drei Wandelanleihen hat der Vorstand die Möglichkeit, bis zum Jahr 2007 insgesamt 150.000 Aktien zu beziehen. Der Wandlungspreis errechnet 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.
Zum Teil erhalten die Vorstandsmitglieder zusätzlich noch eine gewinnabhängige Tantieme, die durch die absolute Höhe des Jahresüberschusses und die relative Ergebnisveränderung im Vergleich zum Vorjahr bestimmt wird. Der Jahresüberschuss ist dabei vermindert um eventuelle Verlustvorträge aus dem Vorjahr und gesetzlich oder satzungsmäßig vorgeschriebene Zuführungen zu den Gewinnrücklagen zu verstehen. 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 Vergütung des Vorstandes erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses. Diese wird separat dargestellt nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung.
Interessenskonflikte, die jedes Vorstandsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offen zu legen 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 regelmäßig. 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.
Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 14. Mai 2003 wurde in der Satzung festgelegt, dass die Vergütung des Aufsichtsrates aus einem festen Bestandteil von T€ 10 je Mitglied und einem variablen Anteil in Höhe von 0,275 ‰ des Bilanzgewinns der Gesellschaft, dieser vermindert um einen Betrag von 4 % der auf das Grundkapital geleisteten Einlagen, besteht. Die variable Vergütung beträgt für den Vorsitzenden das Doppelte und für den Stellvertreter das Eineinhalbfache. Die Vergütung ist zahlbar nach Feststellung des Jahresabschlusses. Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder wird im Anhang des Konzernabschlusses ausgewiesen.

# 3 Corporate Governance Bericht

Interessenskonflikte, insbesondere solche, die aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kunden, Lieferanten, Kreditgebern oder sonstigen Geschäftspartnern entstehen können, sind von jedem Aufsichtsratsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber offen zu legen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind keinerlei Interessenskonflikte aufgetreten. Sollten wesentliche und nicht nur vorübergehende Interessenskonflikte in der Person eines Aufsichtsratsmitgliedes auftreten, führen diese zu einer Beendigung des Mandates.
Insbesondere in der Aufsichtsratssitzung am 7. Dezember 2005 hat der Aufsichtsrat gemäß Ziffer 5.6 des Kodexes die Effizienz seiner Tätigkeit anhand diverser Kriterien überprüft.

**Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat**
Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sind nach § 15a WpHG gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der MEDION AG offen zu legen, 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 wurde folgendes, im abgelaufenen Geschäftsjahr vorgenommenes Geschäft gemeldet:
Christian Eigen, stellvertretender Vorsitzender des Vorstandes, Kauf von Stück 5.000 MEDION-Aktien am 21. März 2005 zum Gesamtwert von € 61.450,00.

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

**Transparenz**
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 5, 10, 25, 50 oder 75 % der Stimmrechte an der MEDION AG erreicht, über- oder unterschreitet, veröffentlicht der Vorstand eine entsprechende Meldung. So gab es im abgelaufenen Geschäftsjahr drei Mitteilungen. Darüber hinaus wurden in 2005 gemäß § 15a WpHG ein Wertpapiergeschäft eines Vorstandsmitgliedes gemeldet. Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Informationen über Wandelanleihen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogrammes gezeichnet wurden, werden im Anhang zum Konzernabschluss veröffentlicht.

# 3 Corporate Governance Bericht

**Compliance**

Zur Umsetzung des am 30. Oktober 2004 in Kraft getretenen Anlegerschutzverbesserungsgesetzes und entsprechend dem Emittentenleitfaden der BaFin hat MEDION einen Compliance-Ausschuss eingesetzt. Dieser hat die Aufgabe, sicherzustellen, dass die mit den neuen Vorschriften verbundenen Dokumentations- und Publizitätsvorschriften erfüllt werden. Alle Mitarbeiter der MEDION AG können sich über das Intranet über die neuen Vorschriften und dementsprechende Verhaltenshinweise informieren. Der Kreis der sog. Regel-Insider wurde mit persönlichen Anschreiben über die Neuregelungen insbesondere des Insider-Rechts und das Führen von Insider-Verzeichnissen informiert.

**Umgang mit Risiken**

Im Rahmen der Corporate Governance von MEDION erfolgt auch ein verantwortungsvoller Umgang mit unternehmensspezifischen Risiken. Ein systematisches Risikomanagement erkennt frühzeitig Risiken und optimiert mögliche Risikopositionen. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt und sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Einzelheiten sind im Lagebericht auf den Seiten 68 bis 75 nachzulesen.

**Rechnungslegung und Abschlussprüfung**

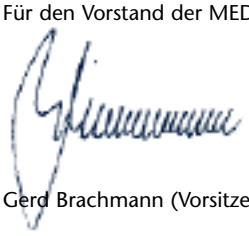
Die Rechnungslegung des MEDION-Konzerns erfolgt nach den Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards). Der Abschluss der MEDION AG entspricht dem deutschen Handelsgesetzbuch (HGB).

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.

Für den Aufsichtsrat der MEDION AG

Dr. Rudolf Stützle (Vorsitzender)

Für den Vorstand der MEDION AG



Gerd Brachmann (Vorsitzender)

MEDION

## Die Farben der Freiheit...

Mit allen unseren Notebooks geben wir Ihnen die Freiheit, zu arbeiten, wo Sie wollen. Mit dem MD96400 gaben wir Ihnen jetzt auch die Freiheit der Farbwahl.
Was Sie nicht sehen aber erleben können, sind die inneren Werte: sehr leistungsstarker Prozessor, 8x Multi Standard DVD/CD-Brenner mit Dual Layer und DVD-RAM-Unterstützung, analoger und DVB-T TV-Tuner, 12.1“ Widescreen-Display im 16:10 Breitbild-Format für optimale DVD-Wiedergabe und

alle Farben der Freiheit.

# 4 MEDION-Geschäftsmodell


**4.1 MEDION-Konzern** 23

**4.2 PC/Multimedia** 28
- 4.2.1 Markt
- 4.2.2 Produkte

**4.3 Unterhaltungselektronik** 34
- 4.3.1 Markt
- 4.3.2 Produkte

**4.4 Kommunikationstechnik** 40
- 4.4.1 Markt
- 4.4.2 Produkte

# 4.1 MEDION-Konzern

- MEDION ALS FULL-SERVICE-PARTNER
- KOMPETENZ IM HANDEL
- WELTWEITES EINKAUFSNETZWERK

Hinter dem MEDION-Geschäftsmodell steckt eine einfache, aber überzeugende Idee, die sich in über 20 Jahren auf inzwischen mehreren Kontinenten bewährt hat und permanent optimiert wird. Dem Kunden soll ein funktionales Produkt in guter Qualität mit bestechendem Design, basierend auf dem neuesten technologischen Stand, zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden. Dabei umfasst die MEDION-Produktpalette 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 aus einer Hand.

Dabei ist MEDION nicht der Hersteller der Produkte, sondern versteht sich als Dienstleister, der seinen Handelspartnern das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis zur Verfügung stellt. MEDION kontrolliert und managt dabei die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktidee bis zum After-Sales-Service. Durch die Nähe zu den Endverbrauchern auf der einen und den Herstellern auf der anderen Seite hat MEDION einen sehr genauen Einblick in die Wünsche der Kunden einerseits und in die neuesten technologischen Trends andererseits. Dabei bringen wir alle Beteiligten der Wertschöpfungskette zusammen: Designer und Ingenieure mit neuen Ideen, qualitätsorientierte Hersteller, Qualitätsmanager, zuverlässige Spediteure und nicht zuletzt die Handelsunternehmen. Wir sorgen für einen reibungslos abgestimmten Ablauf des gesamten Prozesses. Wichtige Teile wie Produktkonzeption, Design, Qualitätsmanagement und After-Sales-Service werden durch uns durchgeführt. Unsere Produkte und Komponenten beziehen wir von weltweit tätigen Markenherstellern, womit wir uns deren technologisches Know-how und ihre Produktionskompetenz sichern. Die Logistikleistungen werden ebenfalls von namhaften Spediteuren erbracht. Durch die Konzentration auf unsere Kernkompetenzen und die Verlagerung investitionsintensiver Arbeitsschritte auf weltweit führende Hersteller halten wir unsere Kosten flexibel, wodurch wir unseren Kunden ein top-aktuelles Produktangebot zu einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten können.

Unsere Abnehmer sind große, meist international aufgestellte Handelsketten. Wir führen für diese Unternehmen in der Regel hochvolumige Projekte durch, in vielen Fällen zum selben Zeitpunkt in mehreren Ländern oder sogar auf mehreren Kontinenten. Dabei reduzieren wir den Arbeitsaufwand für unsere Kunden auf ein Minimum, sodass diese sich voll und ganz auf den Vertrieb der Produkte konzentrieren können.
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 wir neue Absatzwege,
- den Partnern im Handel bieten wir die Möglichkeit, attraktive Produkte zu vermarkten.

Gemeinsam mit unseren Partnern schnüren wir ein umfangreiches Paket, das die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung bis zum After-Sales-Service umfasst.

Seit nunmehr über 20 Jahren haben sich dabei unsere klaren Grundsätze bewährt:

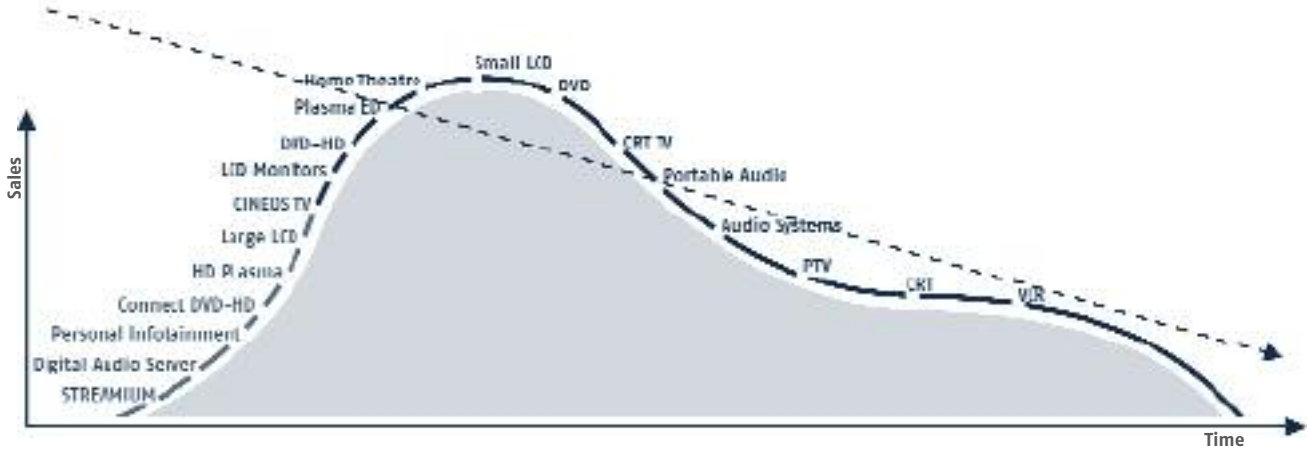
- Vermarktung von Trendprodukten,
- hohe Qualität,
- optimales Preis-Leistungs-Verhältnis,
- Konzentration auf die weltweiten Top-Retailer,
- Projektgeschäft statt Dauersortiment,
- Bereitstellung eines umfangreichen Service-Paketes für den Endverbraucher,
- Build-to-Order-Prinzip,
- Absicherung von Währungsrisiken.

Zusätzlich hilft uns:

- die Erfahrung aus mehr als 10.000 erfolgreich abgewickelten Projekten,
- das in über 20 Jahren aufgebaute weltweite Einkaufsnetzwerk,
- die Nähe zu unseren Kunden,
- die gut ausgebaute 365-Tage After-Sales-Struktur,
- attraktive Einkaufspreise durch hohe Beschaffungs- und Projektvolumina,
- die Präsenz in mehr als 25 Ländern,
- die hohe Flexibilität aufgrund flacher Organisationsstrukturen und schneller Entscheidungswege und
- nicht zuletzt unsere Mitarbeiter, die MEDION jeden Tag neu ermöglichen.

Dieses Geschäftsmodell hat sich in über zwei Jahrzehnten auf inzwischen mehreren Kontinenten erfolgreich durchgesetzt. Auch in Zukunft werden wir uns konsequent an unseren bewährten Grundprinzipien ausrichten, gleichzeitig aber unser Erfolgsmodell an sich ändernde Marktgegebenheiten anpassen.

PRODUKTLEBENSZYKLUS




QUELLE: PHILIPS (AUS CE 4/05)

# Die Wertschöpfungskette
unserer Projekte

* BEI DER REALISIERUNG UNSERER PROJEKTE ARBEITEN WIR MIT RENOMMIERTEN PARTNERN UND DIENSTLEISTERN ZUSAMMEN: DIE HIER GEKENNZEICHNETEN PUNKTE ERBRINGEN DRITTE.

*Forschung und Entwicklung
INTERNATIONALE MARKENHERSTELLER

## Produktidee

MEDION betreibt Marktforschung. So können die neuesten Markt- und Technologietrends in Produktideen umgesetzt werden.

## Produktkonzeption

MEDION berät u. a. in Fragen der Ausstattung, der Preisgestaltung, der technischen Spezifikation und testet die voraussichtliche Akzeptanz.

## Produktdesign

MEDION entwirft in einer eigenen Designabteilung im interaktiven Prozess mit Einkäufern, Handelsunternehmen und Herstellern die äußere Gestaltung der Produkte und deren Verpackung in trendgerechten Formen und Farben.

*Produktion
INTERNATIONALE MARKENHERSTELLER

## Qualitätsmanagement

MEDION kontrolliert dank integrierter Qualitätsplanung die Gebrauchstauglichkeit, die Zuverlässigkeit, die elektromagnetische Verträglichkeit und die Sicherheit in Kooperation mit unabhängigen Prüfungsinstituten (z. B. TÜV, VDE, LGA).

## Logistikmanagement

MEDION steuert den Logistikprozess vom Produzenten bis zum Handelsunternehmen. Geliefert wird Just-in-Time durch die Auswahl adäquater Verkehrsträger.

*Logistik
SPEDITIONEN, REEDEREIEN

*Distribution an den Endkunden
INTERNATIONALE HANDELSKETTEN

## After-Sales-Support

MEDION bietet einen umfangreichen After-Sales-Service an. Eine 365-Tage-Hotline im eigenen Call-Center leistet kompetente Unterstützung bei Fragen zur Anwendung, der Garantieabwicklung und Nachbestellungen. MEDION führt notwendige Reparaturen durch und beauftragt, falls erforderlich, für spezielle Produkte innerhalb Deutschlands einen Vor-Ort-Service, der den Verbraucher aufsucht, um Reparaturen vorzunehmen.

MEDION
wilkommen in der
MEDION box

## Die Leichtigkeit des Genusses...

Arbeiten, durchs Internet surfen, DVDs oder TV schauen – alles, wo immer Sie wollen. Das nennen wir Wireless Multimedia Entertainment. Oder kurz: MD95600. Diesem Notebook ist nichts zu schwer. Denn drin stecken Intel® Pentium® M 730 Mobilprozessor, Intel® PRO/Wireless 2200 – Wireless LAN 802.11b/g mit bis zu 54 Mbit/s., analoger und DVB-T TV-Tuner, Widescreen-Display mit WXGA-Auflösung für optimale DVD-Wiedergabe und vieles mehr.

Wenn Sie jetzt wissen wollen, wie leicht dieser Genuss ist: ca. 2,0 kg inkl. Akku.

# MEDION-Geschäftsmodell
## PC/Multimedia

4.2.1 Markt

- PC/MULTIMEDIA BLEIBT WACHSTUMSMARKT
- STABILER ABSATZ BEI PCs
- STEIGENDE NACHFRAGE NACH NOTEBOOKS

In Deutschland ist das im Bereich der privaten Nutzer angesiedelte Segment Computer Hardware wertmäßig seit 2001 um über 23 % auf € 4,6 Mrd. zurückgefallen. In 2005 gab es in Deutschland einen Rückgang um 1,5 % im Vergleich zu 2004.

Wie in 2004 zeigten auch in 2005 Produkte aus dem Segment mobiler Anwendungen und innovative Peripheriegeräte die höchste Dynamik. Gestiegene Stückzahlen werden vor allem in Europa von fallenden Umsätzen begleitet.

Der Preisdruck im PC/Multimedia-Segment hat im vergangenen Jahr nochmals zugenommen. Hinzu kommt ein gegenüber dem US-Dollar stabiler Euro-Wechselkurs, was zusätzlich zum durchschnittlichen Preisverfall beigetragen hat. So sind in einzelnen Segmenten die durchschnittlichen Verkaufspreise innerhalb eines Jahres um bis zu 25 % gesunken.

ABSATZENTWICKLUNG IM PRIVATEN PC-MARKT

| In 1000 Einheiten | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005* | +/- % 2004 | +/- % 2001 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PC stationär | 2.722 | 2.357 | 1.990 | 1.690 | 1.656 | - 1 | - 46,7 |
| PC mobil | 598 | 812 | 1.160 | 1.420 | 1.945 | + 37 | + 276,0 |
| **Gesamtmarkt** | **3.320** | **3.169** | **3.150** | **3.110** | **3.601** | **+ 15** | **-** |
| **Index %** | **100,0** | **95,5** | **94,9** | **93,7** | **108,5** | **-** | **-** |

QUELLE: GFU/GFK - BBE UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH, KÖLN *2005 = VORLÄUFIG

In Deutschland blieb der Verkauf von PCs für den privaten Bereich nach Angabe der gfu/GfK stückzahlmäßig mit 1,656 Mio. abgesetzten Einheiten im Vergleich zu 2004 stabil. Wertmäßig bedeutet dies in Verbindung mit sinkenden Durchschnittsverkaufspreisen einen Rückgang von 11,7 % auf einen Jahresumsatz in 2005 von € 1,107 Mrd. Demgegenüber hielt die Nachfrage nach Notebooks weiter an. Bei um 37 % gesteigerter Stückzahl auf 1,945 Mio. Einheiten wuchs auch der Umsatz um 17,5 % auf € 2,049 Mrd.

# MEDION-Geschäftsmodell

## PC/Multimedia

## 4.2.2 Produkte

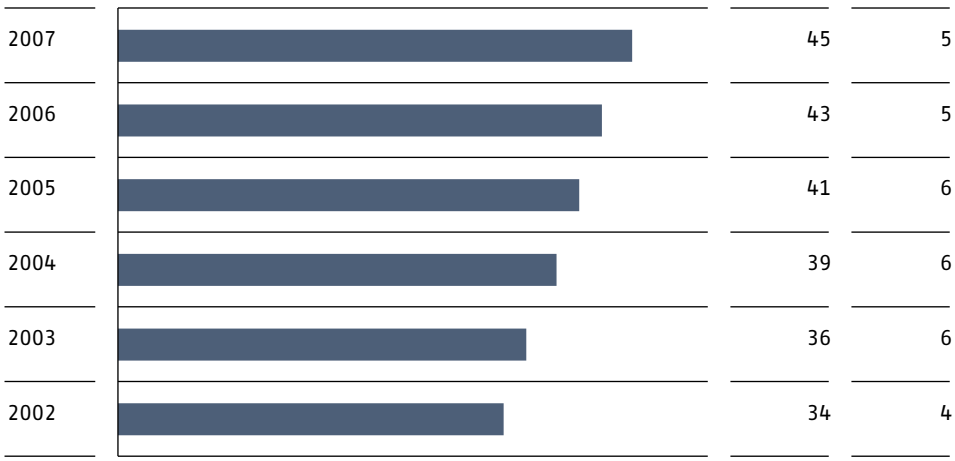
- LEISTUNGSFÄHIGE MULTIMEDIA-RECHNER
- PRODUKTINNOVATION: NOTEBOOK MIT TV-EMPFANG
- STARKES WACHSTUM BEI MOBILEN NAVIGATIONSGERÄTEN

Nach wie vor spielt beim deutschen Verbraucher das Preis-Leistungs-Verhältnis beim Kauf eines PCs die entscheidende Rolle. Markenname und Hersteller der Geräte sind von untergeordneter Bedeutung. Wesentlich wichtiger in der Wahrnehmung der Verbraucher sind die verwendeten Komponenten sowie vor allem die multimedialen Anwendungsmöglichkeiten. MEDIONs Anspruch, innovative Technologie zu einem günstigen Preis anzubieten, entspricht genau diesem Trend. Die Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Anwendungen wie DVD, Musik, Foto oder Video sind heute bereits Standard, da sich multimediafähige Geräte immer mehr zum zentralen Bestandteil des Wohnens entwickeln. Die zunehmende Verschmelzung der PC-Welt mit der Unterhaltungselektronik wird diese Entwicklung noch weiter vorantreiben. Da diese Geräte auch überwiegend an exponierter Stelle im Wohnzimmer stehen werden, kommt dem Design und niedrigen Arbeitsgeräuschen eine immer größere Bedeutung zu. Auch dies ist ein Trend, dem MEDION bereits seit längerem hohe Aufmerksamkeit widmet. Die sukzessive Einführung des digitalen Fernsehempfangs via Antenne (DVB-T) in nahezu allen wichtigen deutschen Ballungsräumen erweist sich als großer Erfolg. Die Zahl der digital empfangenden Haushalte hat sich in Deutschland in 2005 auf ca. zehn Millionen deutlich erhöht.

Noch stärker ist die Reichweite angestiegen. Ende 2005 können einundzwanzig Millionen Haushalte DVB-T empfangen. MEDION hat als einer der ersten Anbieter bereits erfolgreich DVB-T-Empfangmodule in viele angebotene PCs und Notebooks integriert. Bei MEDION-Produkten mit drei Twin-Tunern ist erstmals der Empfang von digitalem Satelliten-Fernsehen, digitalem DVB-T und analogem Kabel-TV möglich.

Vor allem bei mobilen Anwendungen in den Bereichen TV, Navigation, Musik oder Video bestehen mittelfristig noch solide Wachstumsmöglichkeiten.

ENTWICKLUNG DES PC-BESTANDES IN PRIVAT-HAUSHALTEN / DEUTSCHLAND



| | PCs je 100 Einwohner | Wachstum in % |
|---|---|---|
| 2007 | 45 | 5 |
| 2006 | 43 | 5 |
| 2005 | 41 | 6 |
| 2004 | 39 | 6 |
| 2003 | 36 | 6 |
| 2002 | 34 | 4 |

## 4.2.2 Produkte

Die MEDION-Strategie fokussiert sich auch weiterhin auf leistungsfähige Multimedia-Rechner. Dabei setzen diese Produkte bezüglich Ausstattung und Preis nach wie vor Maßstäbe, was durch viele positive Testberichte bestätigt wird. MEDION verwendet grundsätzlich Markenkomponenten namhafter Hersteller wie beispielsweise Intel, AMD, Seagate, Western Digital, Philips, ATI oder Nvidia. Die bei MEDION in 2005 erstmals angebotene externe Festplatte mit 250 Gigabyte wird ohne Kabelanschluss als universelles externes Speichermedium direkt über die USB 2.0 Schnittstelle eingesetzt und hat damit die Speicherkapazitäten des PCs nochmals erweitert. MEDION hat darüber hinaus durch optimiertes Wärmemanagement und leisere Lüfter die Geräuschentwicklung der angebotenen PCs weiter reduziert.

Aufgrund der Marktbedeutung gehört MEDION zu den Schlüsselabnehmern auch für große Hersteller, was den Zugriff auf neueste Technologien in den benötigten Stückzahlen sicherstellt. Unsere Rechner sind über spezielle Connect-Module und ein umfangreiches Software-Paket mit einer Vielzahl von Geräten aus dem Bereich der Konsumelektronik wie Foto, Video, DVD, Musikverarbeitung oder Home-Cinema kombinierbar. Frühzeitig wurden mehrere der PCs und Notebooks mit der Möglichkeit zur immer populärer werdenden Internet-Telefonie ausgestattet.

Auch in Zukunft werden wir unseren Anspruch, neueste Technologien und Standards als einer der ersten in Produkte für eine breite Anwenderschaft umzusetzen, weiter vorantreiben. So sind wir eines der wenigen Unternehmen, das sowohl im PC/Multimedia-Bereich als auch in der Unterhaltungselektronik mit einem kompletten Angebotsspektrum vertreten ist. Diesen Vorteil wollen wir dafür nutzen, auch bei dem Zusammenwachsen der beiden bisher noch vorwiegend getrennt aufgestellten Marktsegmente eine führende Rolle einzunehmen.

Neben erfolgreichen Produkten spielt die umfassende Betreuung des Kunden nach dem Kauf eine erhebliche Rolle für die erfolgreiche Umsetzung unseres Geschäftsmodells. Aus diesem Grunde verfügen wir über leistungsfähige Call-Center, deren Mitarbeiter durch permanente Weiterbildung ständig auf den letzten technischen Stand gebracht werden. Schon heute ist es für die Mitarbeiter unserer Call-Center an der Tagesordnung, Lösungen für alle auftretenden Probleme der gesamten Konsumelektronik zu finden und nicht nur für isolierte Teilbereiche. Da der After-Sales-Service einen wesentlichen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und damit auf künftige Kaufentscheidungen hat, sehen wir hier einen wichtigen Wettbewerbsvorteil für die Zukunft.

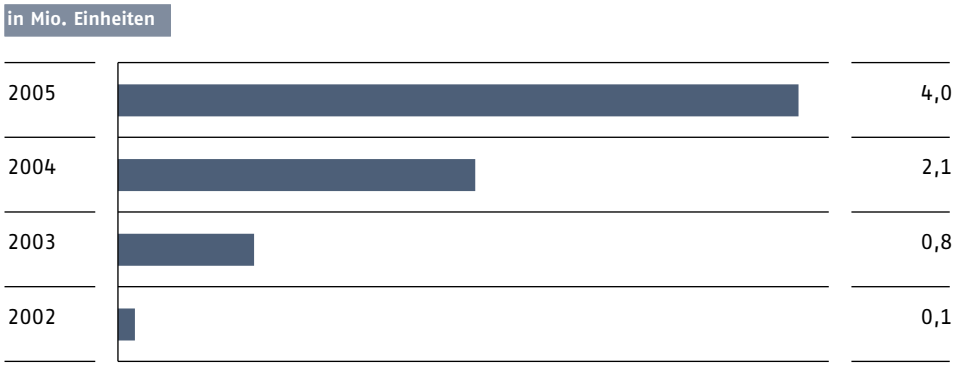
Im Bereich Mobile Computing konnten wir die Umsätze im abgelaufenen Jahr weiter ausbauen. Vorreiter dieser Entwicklung waren die Verkäufe von Notebooks und Navigationssystemen in verschiedensten Variationen, wobei wir in beiden Segmenten innerhalb kürzester Zeit nahezu aus dem Stand zu einem der führenden Marktteilnehmer geworden sind. Dies bestätigt die Stärke unseres Geschäftsmodells, mit dem es uns gelingt, zum richtigen Zeitpunkt mit dem richtigen Produkt und dem richtigen Preis Märkte für einen breiten Konsumentenkreis zu öffnen.

Ein gutes Beispiel dafür, dass wir in der Lage sind, innovative Produkte zu entwickeln, ist die Kombination eines PCs oder Notebooks mit einer DVB-T-Empfangseinheit. Auch hier ist es uns gelungen, wie zuvor bei der Integration eines Navigationssystems in einen PDA, durch geschickte Bündelung zweier unabhängiger Produkte zu einem attraktiven Preis eine hohe zusätzliche Marktnachfrage zu erzeugen. Auch in Zukunft werden wir diesen Ansatz weiter vorantreiben, um hierdurch interessante Geschäftsbereiche zu erschließen.

Bei mobilen Navigationsgeräten hat sich der starke Wachstumstrend weiter fortgesetzt. MEDION hat diese Entwicklung früh erkannt und in 2005 die Angebotspalette ausgebaut und im vierten Quartal 2005 Modelle mit TMC-Technologie zur Routenneuberechnung aufgrund von Verkehrsmeldungen auf den Markt gebracht. Da hier noch keine Marktsättigung erkennbar ist, gehen die Branchenexperten von BBE (Branchenreport Consumer Electronics 2006) von einer Vervierfachung der Absätze bis 2010 aus.

MARKT FÜR PORTABLE NAVIGATIONSLÖSUNGEN IN WESTEUROPA

QUELLE: NAVTECH ANALYSIS




Grundsätzlich gelten auch bei mobilen Anwendungen die gleichen Maßstäbe wie im Desktop-Segment: außergewöhnliches Preis-Leistungs-Verhältnis, hochwertige Komponenten, Plug-and-Play mit einer umfangreichen Software-Ausstattung, ergänzt um ein umfassendes Service-Paket. Mobile Anwendungen werden aufgrund des allgemeinen Markttrends auch in Zukunft für MEDION ein wesentlicher Wachstumsträger sein.

MEDION

## Die Wertigkeit des Preises...

Wie so oft mit unseren Produkten haben wir für Sie auch mit dem LCD-TV MD31133 das Ziel erreicht: Als Nachfolger des prämierten MD30132 (Testergebnis „GUT“ + Preis-Leistung „GUT“; Test „Audio Video Foto Bild“) verfügt der MD31133 über einen HDMI-Eingang zur digitalen Bild- und Tonübertragung mit HDCP-Entschlüsselung. So können neben digitalen Bilddaten nun auch die Audiodaten auf digitaler Basis in bester Soundqualität übertragen werden.
Natürlich verfügt auch dieses Gerät über die von der „Audio Video Foto Bild” gelobte Benutzeroberfläche, HD READY, Virtual Dolby Surround, Doppeltuner für Bild-in-Bild-Darstellung im TV-Modus.

Wertiger geht’s kaum.

# MEDION-Geschäftsmodell
## Unterhaltungselektronik

## 4.3.1 Markt

- EUROPÄISCHER MARKT 2005: € 36 MRD.
- STARKES WACHSTUM BEI LCD UND PLASMA
- DIGITALISIERUNG SCHREITET VORAN

Weltweit werden in der klassischen Unterhaltungselektronik (ohne Telefon, PC, Notebook) jährlich ca. € 200 Mrd. umgesetzt. Digitalisierung und Globalisierung sorgen jedoch für eine Verschärfung des internationalen Wettbewerbs. Die Innovationsgeschwindigkeit ist sehr hoch. Ein Produkt erwirtschaftet im Laufe seines Lebenszyklus unterschiedliche Margen. Die höchsten Gewinne werden mit neuen Produkten nach der Produkteinführung in der kaufkraftstarken Schicht der Innovatoren erzielt. Danach beginnt der Preis zu sinken. Steigende Abverkaufszahlen kompensieren zunächst den Preisrückgang, doch danach fallen Preise und Stückzahlen unverhältnismäßig stark.

Der Markt für klassische Unterhaltungselektronik ist trotz des allgemein schwierigen Konsumumfelds sowohl in Deutschland als auch europaweit in 2005 wieder gewachsen. Während in Europa über € 36 Mrd. Umsatz erzielt wurden, erreichten die Umsätze in Deutschland, dem zweitgrößten europäischen Markt, € 12,4 Mrd.* Allein € 5,758 Mrd. entfielen davon auf TV-Geräte. Impulse für das Weihnachtsgeschäft kamen insbesondere von der Internationalen Funkausstellung, die im Spätsommer in Berlin stattgefunden hat. Zu den Wachstumstreibern im Markt der Unterhaltungselektronik gehört eine Vielzahl digitaler Innovationen. Analoge Geräte werden mit großer Geschwindigkeit durch innovative digitale Geräte ersetzt. Diese machen bereits mehr als 2/3 des Marktvolumens der Unterhaltungselektronik aus. Wachstumstreiber sind hier z. B. TV-Geräte mit flachen Displays, Set-Top-Boxen für den digitalen TV-Empfang, DVD-Recorder, digitale Foto- und Filmkameras sowie insbesondere MP3-Player.

HD MARKTPROGNOSE FÜR EUROPA

QUELLE: STRATEGY ANALYTICS / SONY

| in Mio. Haushalte | Haushalte mit HDTV-Display | Haushalte, die HDTV empfangen | Prozent Westeuropäischer Haushalte |
|---|---|---|---|
| 2008 | 19 | 3 | 12,0 % |
| 2007 | 11,5 | 1,5 | 7,0 % |
| 2006 | 5 | 0,8 | 3,4 % |
| 2005 | 2,5 | 0,3 | 1,2 % |
| 2004 | 0,8 | 0,25 | - |

Erfreuliche Zuwächse verzeichnete im Jahr 2005 in Deutschland der TV-Bereich mit seinen neuen Bildschirmtechnologien LCD und Plasma. Die LCD-TVs steigerten den Abverkauf mit 1,235 Mio. Stück um mehr als 160 %.* Der Absatz der Plasma-Geräte stieg im gleichen Zeitraum um 200 % auf 300.000 Stück.* Fernsehgeräte mit konventioneller Bildröhrentechnologie gingen stückzahlmäßig um 19 % auf 4,06 Mio. zurück.*

*Quelle: gfu/GfK

POTENTIALE FÜR TV-GERÄTE MIT FLACHBILDSCHIRM

QUELLE: ACTA, ALLENSBACHER COMPUTER- UND TECHNIK-ANALYSE

Auch der Trend zur Konvergenz in Verbindung mit einem schnellen Zugang zum Datenhighway durch eine zunehmende Anzahl von Breitbandanschlüssen in den Haushalten hat sich weiter verstärkt. In Deutschland wird bis zum Jahre 2010 die Digitalisierung des Fernsehens via Kabel, Satellit und terrestrischen Empfang abgeschlossen sein. Bisher sind ca. 40 % der deutschen Haushalte mit einem digitalen TV-Anschluss ausgestattet. In Europa soll die Zahl der Haushalte, die über einen digitalen Anschluss verfügen, bis zum Jahre 2008 auf über 120 Mio. anwachsen. Die durch die Digitalisierung erreichte deutliche Verbesserung der Bild- und Tonqualität entwickelt das klassische Fernsehgerät mit Hilfe größerer Bildschirmdiagonalen und entsprechender Audiosysteme zum Home-Cinema.

Dabei ist die Nutzung von Fernsehern, Videogeräten, Musik und Fotodateien nicht mehr an einen bestimmten Ort im Haushalt oder eine bestimmte Produktart gebunden. Immer mehr Produkte der Unterhaltungselektronik werden vernetzt – innerhalb des Hauses und der Außenwelt.

Getragen wird diese Entwicklung auch von der Bereitschaft jugendlicher Käufergruppen, mehr Geld für Produkte der Unterhaltungselektronik auszugeben.

Nach der FOCUS-Studie aus 2005 (Der Markt der Unterhaltungselektronik) sind europaweit insbesondere junge Zielgruppen von Hightechprodukten mit hohem Lifestyle-Wert begeistert. Die 14- bis 25-jährigen Käufergruppen sind Produktpioniere, wenn es um Fotohandys, MP3-Player, Videogames oder Mobile Content und Musicdownloads geht. Die so genannte Anschaffungsneigung ist in diesem Zielgruppensegment mit knapp 50 % am höchsten.

# MEDION-Geschäftsmodell
## Unterhaltungselektronik

4.3.2 Produkte

- HDTV VERSPRICHT WACHSTUM
- MEHR HAUSHALTE MIT DIGITALEM EMPFANG
- MOBILES ENTERTAINMENT

Das Jahr 2005 war geprägt vom Generationswechsel im Bereich der Fernsehgeräte. Die Entwicklung geht hin zu großen, flachen Heimkinobildschirmen in breitem 16:9-Format. Mit diesen hoch auflösenden Flachbildschirmen, LCD und Plasma, wuchs auch die Nachfrage nach Bildern in hoch auflösender Qualität. Der hoch auflösende Fernsehstandard HDTV wird 2006 in Deutschland und Europa seinen endgültigen Durchbruch erfahren. Die Übertragungen der Fußball-Weltmeisterschaft und neue Videospiel-Konsolen, die ebenfalls auf hoch auflösende Bilder setzen, unterstützen diesen Erfolg.

Die Unternehmensberatung Solon geht in einer neuen Studie davon aus, dass sich bis 2008 über 5 Mio. Haushalte mit HDTV-fähigen Fernsehern oder Projektoren ausstatten werden. Dies entspricht einer Penetration von 13 % in Deutschland. Nach dieser Studie werden 1,4 Mio. Haushalte HDTV-Sender auch aktiv nutzen, weil sie zusätzlich über einen HDTV-fähigen Digital-Receiver verfügen und Zugriff auf entsprechend ausgestrahlte Sender haben. Bis 2010 sollen diese Zahlen auf 12,5 Mio. (= 33 %) passive und 5,5 Mio. (= 15 %) aktive HDTV-Haushalte in Deutschland steigen.

ENTWICKLUNG DIGITALE TV-HAUSHALTE IN DEUTSCHLAND

| in Mio. Haushalte | DVB-T (Terrestrik) | DVB-C (Kabel) | DVB-S (Satellit) | Gesamt |
|---|---|---|---|---|
| 2009 | 0,7 | 3,6 | 10,7 | 15,0 |
| 2008 | 0,7 | 3,2 | 8,4 | 12,3 |
| 2007 | 0,7 | 2,9 | 6,4 | 10,0 |
| 2006 | 0,7 | 2,5 | 4,7 | 7,9 |
| 2005 | 0,7 | 2,1 | 3,4 | 6,2 |
| 2004 | 0,4 | 1,7 | 2,5 | 4,6 |
| 2003 | 0,2 | 1,4 | 2,0 | 3,6 |

QUELLE: SCREEN DIGEST / GOLDMEDIA

Auch das so genannte High-Definition-Video wird durch neue Produkte und die Möglichkeit, Spielfilme in HD-Qualität zu sehen, weiter wachsen. Demnächst stehen hier zwei neue Medienformate zur Auswahl: Blu-Ray Disk und die HD-DVD. Beide arbeiten mit kurzwelligem blauen Laserlicht, das viel schmalere Datenspuren lesen kann als der herkömmliche rote Laser in DVD-Spielern. 30 Gigabyte passen so auf eine so genannte HD-DVD mit zwei Schichten, bei Blu-Ray sind es sogar 50 Gigabyte. Zum Vergleich: auf einer herkömmlichen DVD lassen sich max. 8,5 Gigabyte pro Seite unterbringen.

**High-Definition-Audio**

Die Digitalisierung und damit der Trend zu mehr Qualität in kompakter Bauweise schreitet auch bei den Ton-Medien immer weiter voran. Mobile Entertainmentprodukte sowie portable DVD-Player und auf Festplatten bzw. auf Flash-Speichern basierende Jukeboxen und portable MPEG4/DIVX-Player zum Anschauen bzw. Anhören von Videos oder Musik-Files unterwegs werden dabei nochmals an Bedeutung gewinnen.

Mit dem Start des neuen DVB-S-Hörfunktransponders sind nunmehr 55 ARD-Hörfunkprogramme in CD-Qualität empfangbar. Über diesen DVB-S-Transponder stehen Sendekapazitäten für hohe Datenraten bis zu 320 Kilobit/sec. – also für erlesenen High-End-Klang – zur Verfügung. Surround-Sound gibt es dann auch über das digitale Antennenradio DAB. Dafür sorgt das neue, stereokompatible Digitaltonformat „MPEG Spatial Audio Coding“.

**DVB-T-Fernsehen**

Das digitale Antennenfernsehen DVB-T ist auch in 2005 hinsichtlich der Verbreitungsgebiete weiter gewachsen. Die technische Reichweite der digitalen Ausstrahlung in Deutschland ist auf nunmehr 47 Mio. potentielle Fernsehzuschauer angewachsen. Entsprechend wächst die Zahl der Nutzer. Mit einem integrierten Empfangstuner kann das Notebook und der Desktop-PC zum komfortablen Fernseher gemacht werden.

Die zunehmende Konvergenz zwischen PC/Multimedia-Technologie auf der einen sowie Unterhaltungs- und Haushaltselektronik auf der anderen Seite wird einer der bestimmenden Trends der weltweiten Konsumelektronik der nächsten Jahre sein.

Da MEDION hier einer der wenigen internationalen Anbieter mit langjähriger Erfahrung in beiden Welten ist, bestehen gute Aussichten, die bisher schon erreichten Erfolge mit neuen innovativen Produktideen und Produktlösungen weiter auszubauen.

## Die Größe der Auswahl...

Der eine will einfach nur telefonieren. Der andere will auch Bilder und kleine Filme aufnehmen. Der Dritte zusätzlich mit WAP im Internet surfen. Deshalb bauen wir nicht ein Handy für alle, sondern für alle das richtige Handy.
Für Einsteiger und Nur-Telefonierer das MD97100, für Menschen, die zusätzlich surfen wollen, das MD97200 und für Design-Freunde das MDMP4100 Slim-Line.

Sie haben die Auswahl.

# MEDION-Geschäftsmodell
## Kommunikationstechnik

## 4.4.1 Markt

- MARKT DEUTSCHLAND: € 3,9 MRD.
- DIGITALE EMPFANGSTECHNIK
- 3 MRD. DIGITALE FOTOABZÜGE

Der Markt für Kommunikationstechnik umfasst zum einen die klassische Telekommunikation und zum anderen die Satelliten-Empfangstechnik.

Im Jahre 2005 wurden in Deutschland rund 20 Mio. Mobiltelefonendgeräte nach 18 Mio. Einheiten im Jahr zuvor verkauft.* Dies entspricht einer Steigerung von 11,1 %. Der Umsatz stieg um 2,7 % von € 3,798 Mrd. in 2004 auf € 3,9 Mrd. in 2005.*

Hierbei geht der Trend deutlich hin zu besser ausgestatteten Geräten, wobei Funktionen wie die Möglichkeit zum Fotografieren, Adressverwaltung, Terminkalender, E-Mail-Abruf oder integrierte MP3-Player immer mehr zum Standard gehören. Bei den privat genutzten Diensten dominiert noch die SMS, aber zunehmend werden Bild- und Audio-Dateien per MMS versendet. Zu einem weiter dynamisch wachsenden Markt ist der Download von Klingeltönen und Hintergrund-Designs geworden. Anspruchsvoll designte Klapp-Handys und Geräte mit Schiebemechanismus wurden stärker nachgefragt.

Die Digitaltechnik spielt beim Empfang von Fernseh- und Hörfunksignalen eine immer bedeutendere Rolle. Der digitale Satelliten-Empfang verzeichnete allein in Deutschland im vergangenen Jahr einen Zuwachs um 280.000 auf insgesamt 2,18 Mio. verkaufte Endgeräte.* Set-Top-Receiver für den DVB-Empfang über das Kabel stiegen um 68 % von 250.000 Stück auf 420.000 Stück in 2005. * Empfangseinheiten für das digitale Fernsehen über die Antenne wurden in einer Stückzahl von 1,6 Mio. verkauft, 14,3 % mehr als noch in 2004.*

Auch das korrespondierend zum starken Absatz von Digitalkameras entwickelte Geschäft mit Fotoabzügen von digitalen Daten ist in 2005 weiter gewachsen. Schätzungsweise auf insgesamt 3 Mrd. hat 2005 die Zahl der Fotoabzüge von digitalen Quellen zugenommen. Internet-basierte Bestellungen verzeichneten dabei die höchsten Zuwächse.

*Quelle: gfu/GfK

# MEDION-Geschäftsmodell

## Kommunikationstechnik

## 4.4.2 Produkte

- MEDIONMOBILE ERFOLGREICH GESTARTET
- ONLINE FOTO-SERVICE AUSGEBAUT
- DOWNLOAD-PLATTFORMEN: MEDIONMUSIC UND HANDYFUN

Digitale Satelliten- und Kabel-Receiver werden zunehmend mit digitalen Festplatten ausgestattet. Hierdurch ergibt sich die Möglichkeit, das Empfangsgerät auch als Video-Recorder mit optimaler Bild- und Tonqualität zu nutzen. Darüber hinaus eröffnet sich die Möglichkeit des zeitversetzten Fernsehens. Gespeicherte Aufnahmen lassen sich über entsprechende Schnittstellen auch ohne Problem auf andere Speichermedien übertragen.

Im Telekommunikationsbereich ist im laufenden Jahr mit einem weiteren Anstieg der Nutzerzahlen für UMTS-Technologie zu rechnen. Mit Übertragungsraten von bis zu 2 Megabit pro Sekunde – das ist bis zu 40-mal schneller als die heutige GPRS-Technik und 200-mal schneller als GSM – sind ganz neue mobile Angebote möglich. Damit wachsen Internet und Mobilkommunikation weiter zusammen. Bei Mobiltelefonen wurde mit der Markteinführung der Smartphones eine neue Dimension erreicht. Hierbei handelt es sich um mobile Geräte, die neben dem klassischen Telefon auch PDA-, Multimedia- und weitere Zusatzfunktionen beinhalten.

MEDION wird im Geschäftsbereich Telekommunikation das Ende 2005 gestartete Mobilfunk-Angebot MEDIONmobile und auch den Online Foto-Service weiter ausbauen. Zahlreiche Download-Angebote über die Plattformen Medionmusic und Handyfun werden die Nutzungsmöglichkeiten für die End-Konsumenten deutlich erhöhen. Klingeltöne, Realtones und Spiele werden dieses Angebot komplettieren.

Darüber hinaus wird MEDION in 2006 auch Satelliten- und Kabel-Receiver mit integrierten Festplatten-Recordern anbieten. Dasselbe gilt für Set-Top-Receiver für Pay-TV-Anbieter.

FOTOABZÜGE VON DIGITALEN DATEN

QUELLE: BBE REPORT 2006

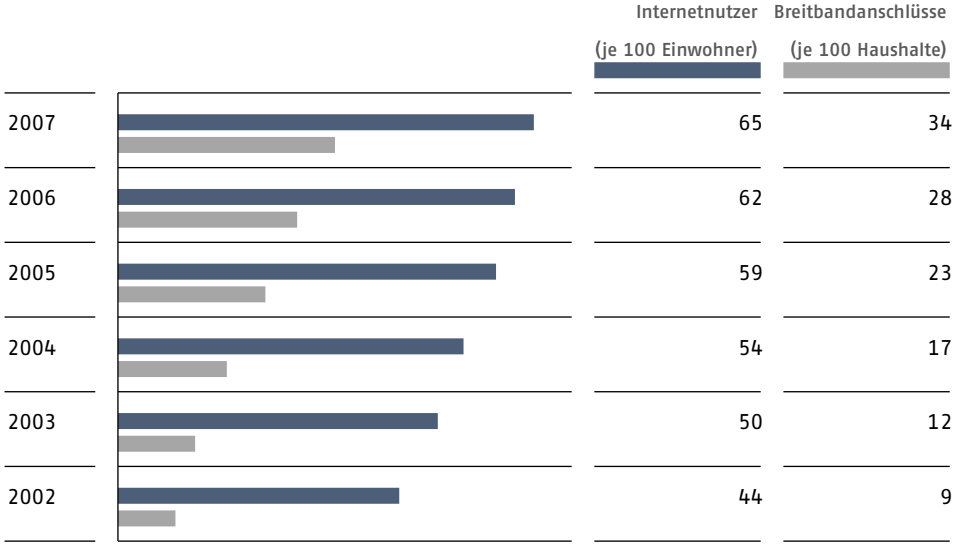
| in Mio. Stück | 2004 | 2005 |
|---|---|---|
| Digitale Minilabs | 290 | 400 |
| Großlabor/Internet-Bestellung | 160 | 400 |
| Großlabor/Annahme-Terminal | 590 | 1.100 |
| Sofortprints (Handel) | 100 | 150 |
| Home-Printing | 750 | 950 |

## 4.4.2 Produkte

Bei mobilen Telefonen wird sukzessive das Produktangebot erweitert und die gesamte Bandbreite vom Einstiegsgerät bis zum High-End-Produkt angeboten. Auch hier soll den Kunden durch intelligente innovative Integration von Funktionen wie Navigationssysteme oder MP3-Player ein zusätzlicher Nutzen angeboten werden.

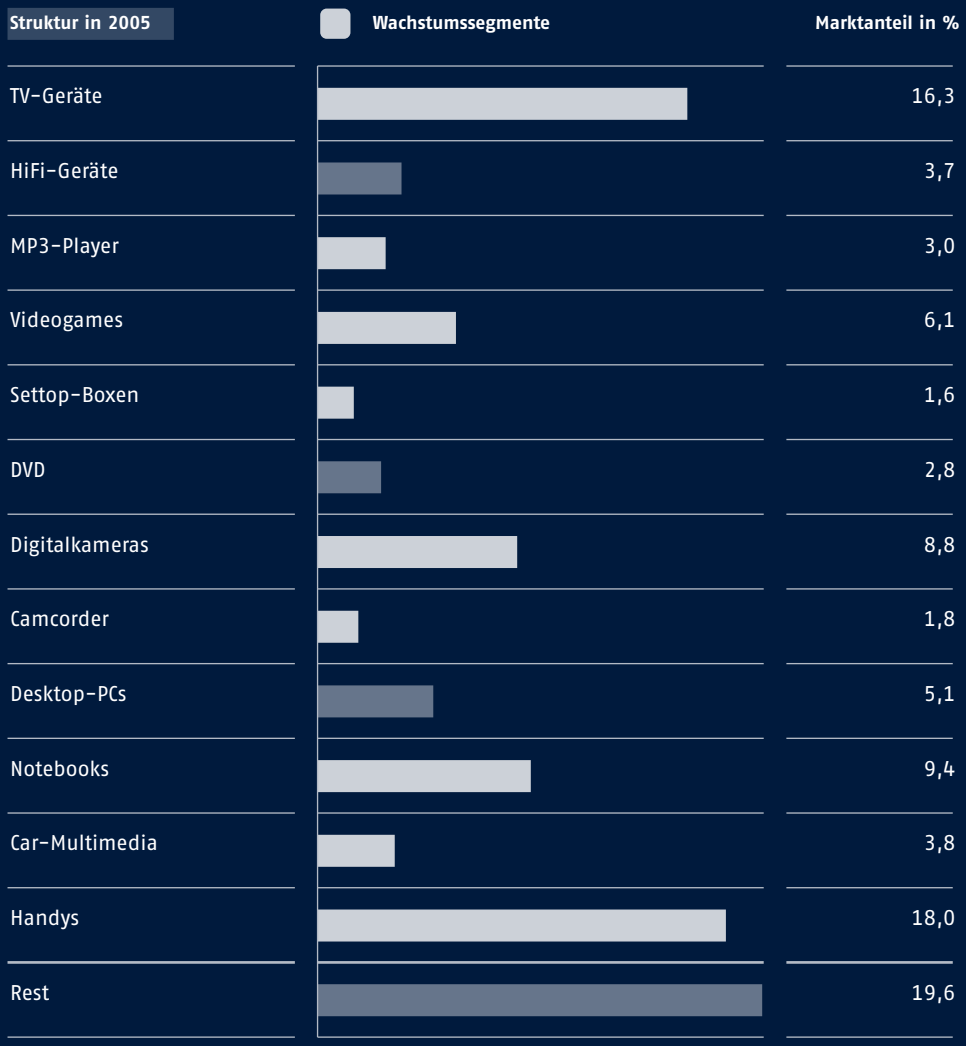
INTERNET- UND BREITBAND-NUTZUNG IN DEUTSCHLAND / PROGNOSE BIS 2007

QUELLE: BITKOM / BASIS: EITO



MARKT DEUTSCHLAND
CONSUMER-ELECTRONICS 2005
NACH WERT
(STRUKTUR IN %)

QUELLE: GFU/GFK



## Die Überlegenheit der Idee...

In Vergleichstests der letzten Jahre standen MEDION-PCs immer ganz weit oben. Das soll so bleiben. Deshalb haben wir auch beim MD Titanium 8800 Design PC eine neue Idee realisiert: Der Schacht für die externe Festplatte MD90046. Das Beste daran ist die kabellose Verbindung zwischen der externen Festplatte und dem MEDION-PC. Einstecken. Fertig.
Und wenn Sie die Festplatte zu einem Freund mitnehmen wollen, der noch keinen MEDION-PC hat – konventionelle Kabelverbindungen sind natürlich möglich.

Aber wir glauben, dass diese überlegene Idee Ihre Freunde auch bald überzeugen wird.

# 5 Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG


**5.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen** 47
- 5.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung
- 5.1.2 Markt für Consumer-Electronics

**5.2 Unternehmenssituation** 49
- 5.2.1 Geschäftsmodell
- 5.2.2 Geschäftsentwicklung 2005

**5.3 Finanzbericht** 54
- 5.3.1 Umsatzentwicklung
- 5.3.2 Ertragslage
- 5.3.3 Finanzergebnis
- 5.3.4 Bilanzstruktur
- 5.3.5 Kapitalflussrechnung

**5.4 Tochtergesellschaften** 62

**5.5 Personal** 64
- 5.5.1 Entwicklung
- 5.5.2 Struktur
- 5.5.3 Wesentliche Vereinbarungen

**5.6 Forschung und Entwicklung** 66

**5.7 Corporate Governance** 67

**5.8 Risikobericht** 68
- 5.8.1 Risikomanagement
- 5.8.2 Konjunktur
- 5.8.3 Betrieb
- 5.8.4 Absatz
- 5.8.5 Recht
- 5.8.6 Finanzen
- 5.8.7 Personal
- 5.8.8 Risikomanagementsysteme
- 5.8.9 Gesamtrisikosituation

**5.9 Prognosebericht** 76
- 5.9.1 Konjunktur
- 5.9.2 Unternehmensentwicklung
- 5.9.3 Weiterentwicklung Geschäftsmodell
- 5.9.4 Ausblick 2006

# Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

### 5.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

- SCHWACHE BINNENNACHFRAGE IN EUROPA
- BELASTUNG DER KAUFKRAFT DURCH HOHE ENERGIEPREISE
- PRIVATE KONSUMAUSGABEN IN ALLEN QUARTALEN RÜCKLÄUFIG

Nach den Aussagen des Herbstgutachtens des „Institutes für Weltwirtschaft an der Universität Kiel“ verzeichnete die Weltwirtschaft auch in 2005, getrieben von den Wachstumsmärkten USA und China, trotz des Anstieges der Rohöl- und anderer Rohstoffpreise ein anhaltend starkes Wachstum.

Demgegenüber war die konjunkturelle Dynamik im für MEDION relevanten Euroraum eher gering. Der Ölpreisanstieg und die damit zusammenhängende Verteuerung sämtlicher Energiearten und der Lebenshaltungskosten haben die Nachfrage der privaten Haushalte im Euroraum deutlich stärker gedämpft als in anderen Regionen. Entsprechend ist das Konsumentenvertrauen im Euroraum weiterhin verhalten. Zwar ist die Stimmung in der Industrie aufgrund zunehmender Auftragseingänge mittlerweile leicht gebessert, doch ist dies fast ausschließlich durch den sich positiv entwickelnden Außenhandel geprägt. Die Binnennachfrage präsentiert sich im Euroraum noch unverändert schwach, die Arbeitsmärkte zeigen allenfalls regional begrenzt Anzeichen einer Entspannung, entwickeln sich insgesamt aber nicht zum Positiven.

In Deutschland verlief die wirtschaftliche Erholung nur sehr schleppend. Die deutsche Konjunktur lebte von Impulsen aus dem Ausland, die bisher aber nur in begrenztem Umfang auf die Binnenwirtschaft übergesprungen sind. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt blieb vor diesem Hintergrund schlecht, und die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten war bis zum Spätherbst 2005 deutlich rückläufig. Entsprechend schwach entwickelte sich der private Konsum, insbesondere auch weil der Energiepreisanstieg die Kaufkraft der Mehrheit der privaten Haushalte deutlich schmälerte.

Die privaten Konsumausgaben sind in allen Quartalen 2005 preis-, kalender- und saisonbereinigt zurückgegangen.

## 5.1.2 Markt für Consumer-Electronics

- WELTMARKT WÄCHST ÜBER HÖHERE STÜCKZAHLEN
- PREISBEDINGTE UMSATZRÜCKGÄNGE
- WACHSTUM BEI FERNSEHERN

Der Weltmarkt für Produkte der Consumer-Electronics hat sich hinsichtlich der Stückzahlen positiv entwickelt, wobei der weitere Aufbau von Fertigungskapazitäten in den sich positiv entwickelnden Volkswirtschaften in Fernost erneut zu einem Preisverfall bei den Komponenten beigetragen hat. Zusammen mit der anhaltenden relativen Schwäche des US-Dollar gegenüber dem Euro kam es in vielen Teilsegmenten des Consumer-Electronic-Marktes zu geringeren Stückpreisen und damit zu preisbedingten Umsatzrückgängen.

In Deutschland wurde im Markt für Consumer-Electronics in 2005 ein Umsatz von ca. € 21,7 Mrd. erwirtschaftet. Dies bedeutet gegenüber dem Umsatz in 2004 von ca. € 20,2 Mrd. eine rd. 7,5%ige Steigerung.[1]

Das Wachstum wurde in erster Linie im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik erzielt. Entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung hatte der Bereich Fernseher, der nahezu 30 % der klassischen Unterhaltungselektronik ausmacht. Dem weiteren Rückgang bei Röhrenfernsehern stand eine boomende Nachfrage nach Flat-TV (LCD- und Plasma-TV-Geräte) gegenüber. Hier wurde mit über 1,5 Mio. Einheiten die 2,8fache Menge des Vorjahres abgesetzt. Durch das gesunkene Preisniveau haben sich die Umsätze unterproportional um das ca. 2,3fache von € 895 Mio. auf € 2,046 Mrd. erhöht.

Der Trend zu digitalen Empfangs- und Abspielgeräten hat sich fortgesetzt und verstärkt, wobei insbesondere Gerätetypen mit Festplatten als digitalem Aufzeichnungsmedium stark zulegten.

Deutlich verhaltener war die Entwicklung im Bereich PC/Multimedia für private Nutzer. Bei nahezu konstanten Absatzmengen von Desktop-PCs gingen die Umsätze aufgrund des Preisverfalls in diesem Segment deutschlandweit um fast 12 % von € 1,254 Mrd. auf € 1,107 Mrd. zurück. Mobile Geräte (Notebooks, PDAs) liegen weiterhin im Trend; die Absatzmengen im Bereich Notebook stiegen um rd. 37 % und liegen damit erstmals absolut höher als bei den Desktop-PCs. Die Umsätze hingegen sind aufgrund des auch hier sinkenden Preisniveaus unterproportional um rd. 17 % von € 1,744 Mrd. auf € 2,049 Mrd. gestiegen. Ingesamt legte der Deutschland-Umsatz bei PCs und Notebooks/PDAs um rd. 5,1 % zu.

[1] Die Zahlenangaben für die Entwicklung im Consumer-Electronics-Markt stammen von der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu/GfK 03/2006)

# 5.2.1 Geschäftsmodell

- HOHER QUALITÄTSANSPRUCH
- WELTWEITES EINKAUFSNETZWERK
- LANGJÄHRIGE LIEFERANTENVERBINDUNGEN

**Das MEDION-Geschäftsmodell**

Das MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, hochwertige aktuelle Trendprodukte und Dienstleistungen im Bereich der Consumer-Electronics in großen Stückzahlen für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Dabei steht der Name MEDION für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Qualitätsanspruch bei bestem Preis-Leistungs-Verhältnis in den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik.

MEDION-Kunden sind in erster Linie international agierende Handelskonzerne. MEDION realisiert mit diesen Partnern hochvolumige Projekte und Verkaufsaktionen, wobei in vielen Fällen die gleichen Produkte zur selben Zeit in mehreren Ländern vertrieben werden. Dabei umfasst das Leistungsspektrum die komplette Projektentwicklung von der Marktforschung über Produktkonzeption, Design, Produkt- und Qualitätsmanagement, Logistik bis hin zum After-Sales-Service. Die Kunden haben damit in MEDION einen Ansprechpartner, der mit ausgewiesener Kompetenz und Erfahrung in der Lage ist, Verkaufsaktionen für Produkte und Dienstleistungen der Konsumelektronik national wie auch international erfolgreich umzusetzen und einen exzellenten After-Sales-Service zu gewährleisten.

Im Rahmen des weltweiten Einkaufsnetzwerkes arbeitet MEDION mit leistungsstarken und verlässlichen Lieferanten und Dienstleistern zusammen, mit denen in der Regel langjährige Verbindungen bestehen.

**Entwicklungen im Marktumfeld des MEDION-Konzerns**

MEDION hat besondere Kompetenz und seinen Umsatzschwerpunkt im Bereich PC/Multimedia, der insgesamt mehr als 71 % des Umsatzes ausmacht. Die Unterhaltungs- und Haushaltselektronik trägt mit rd. 25 % und die Kommunikationstechnik bei steigender Tendenz mit knapp 4 % zum Umsatz bei.

Dabei hat MEDION mit seiner Fokussierung auf den Projektvertrieb über Discount-Retailer eine Sonderstellung im Markt und ist von der Markteinschätzung und Geschäftsentwicklung seiner Partner in diesem Vertriebssegment besonders geprägt. Die schlechte konjunkturelle Entwicklung im Euroraum, insbesondere die schwierige Entwicklung der Arbeitsmärkte, haben in den letzten Jahren zu einer großen Verunsicherung der Käuferschichten im Massenmarkt geführt. Dies ist neben dem Kernmarkt Deutschland gerade auch im westeuropäischen Ausland zunehmend festzustellen. Das schwache Konsumentenvertrauen führte in der Folge zu einem deutlich vorsichtigeren Bestellverhalten bei den Kunden.

Darüber hinaus hat sich der hohe Anteil von PC/Multimedia-Umsätzen, die im Vergleich zu anderen Marktsegmenten der Consumer-Electronics deutlich geringer gewachsen sind, bei MEDION dämpfend auf die Umsatzentwicklung ausgewirkt. Die Umsätze im Bereich Desktop-PCs gingen gegenüber dem Gesamtmarkt überdurchschnittlich zurück. Dies konnte durch die erfreuliche Steigerung der Absatzzahlen bei Notebooks und insbesondere bei PDAs zwar zu rd. 2/3, aber doch nicht vollständig ausgeglichen werden.

Im Bereich der Unterhaltungs- und Haushaltselektronik wurden die Umsätze in etwa auf Vorjahresniveau gehalten. Hier entwickelte sich der Absatz von TFT/LCD- und Plasma-Fernsehern sehr erfreulich. Bei der Kommunikationstechnik konnten insbesondere aufgrund des erfolgreichen Einstiegs in neue Dienstleistungsfelder (Mobilfunkdienstleistungen, Foto-Service) deutliche Umsatzsteigerungen erzielt werden, die auch in Zukunft interessante Perspektiven eröffnen.

KONKRETE ANSCHAFFUNGSPLÄNE
BASIS: DEUTSCHLAND,
BEVÖLKERUNG 14 – 64 JAHRE

QUELLE: ACTA, ALLENSBACHER COMPUTER- UND TECHNIK-ANALYSE

| | Angaben in % | Angaben in Mio. |
|---|---|---|
| Aufrüstung eines vorhandenen Computers | 10,9 | 5,5 |
| Computer (Neugerät) | 12,5 | 6,3 |
| Fernseher mit Flachbildschirm | 16,6 | 8,3 |
| Handy | 35,8 | 18,0 |

# 5.2.2 Geschäftsentwicklung 2005

- BRUTTOMARGE: 9,5 %
- RESTRUKTURIERUNGSAUFWAND: € 20,5 MIO.
- MASSNAHMEN ZUR PROZESS- UND KOSTENOPTIMIERUNG

**Überblick über die Ertragslage**

Das Geschäftsjahr 2005 verlief für MEDION trotz einiger Erfolge auf dem Weg zur Stabilisierung und Konsolidierung des Geschäfts insgesamt nicht zufrieden stellend. Insbesondere lag die Ertragskraft mit einem EBIT vor Restrukturierungsaufwand von € 42,5 Mio. (Vorjahr: € 88,2 Mio.) und einem Konzernergebnis nach Steuern von € 9,2 Mio. (Vorjahr: € 48,8 Mio.) deutlich unter dem eigenen Anspruch und den Erwartungen.

ÜBERBLICK ÜBER DIE ERTRAGSLAGE

| | Mio.€ | % | Mio.€ | % | Mio.€ | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2005 | | 2004* | | +/- | |
| Konsolidierter Umsatz | 2.526,7 | 100,0 | 2.624,1 | 100,0 | -97,4 | -3,7 |
| Materialeinsatz | 2.285,7 | 90,5 | 2.360,4 | 90,0 | 74,7 | 3,2 |
| **Rohertrag** | **241,0** | **9,5** | **263,7** | **10,0** | **-22,7** | **-8,6** |
| Personalaufwand | 59,9 | 2,4 | 62,7 | 2,4 | 2,8 | 4,5 |
| Übrige Aufwendungen und Erträge | 130,1 | 5,1 | 105,8 | 4,0 | -24,3 | -23,0 |
| Abschreibungen | 8,5 | 0,3 | 7,0 | 0,3 | -1,5 | -21,4 |
| **EBIT vor Restrukturierungsaufwand** | **42,5** | **1,7** | **88,2** | **3,4** | **-45,7** | **-51,8** |
| Restrukturierungsaufwand | 20,5 | 0,8 | 0,0 | 0,0 | -20,5 | - |
| **EBIT** | **22,0** | **0,9** | **88,2** | **3,4** | **-66,2** | **-75,1** |
| Finanzergebnis | -4,1 | -0,2 | -4,2 | -0,2 | 0,1 | 2,4 |
| **EBT** | **17,9** | **0,7** | **84,0** | **3,2** | **-66,1** | **-78,7** |
| Steuern | 8,7 | 0,3 | 35,2 | 1,3 | 26,5 | 75,3 |
| **Konzernergebnis** | **9,2** | **0,4** | **48,8** | **1,9** | **-39,6** | **-81,1** |

*Veränderungen zum Vorjahresausweis aufgrund Erstanwendung IFRS 2

Maßgeblich für diese Entwicklung waren insbesondere folgende Faktoren:

1. Nach einer im zweiten Quartal 2004 einsetzenden Phase rückläufiger Umsätze konnten die Umsätze ab dem zweiten Quartal 2005 wieder stabilisiert und über dem Vorjahresniveau gehalten werden. Ingesamt konnten aber die Umsatzrückgänge des ersten Quartals nicht ausgeglichen werden, so dass der Jahresumsatz 2005 um € 97,4 Mio. (-3,7 %) unter dem Vorjahresumsatz liegt.

2. Bei einem im Inland weiterhin verhaltenen und im europäischen Ausland schlechter werdenden Konsumklima hat sich der Druck auf die Rohertragsmargen fortgesetzt. Im Jahresdurchschnitt ist die Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 9,5 % gesunken, der Rohertrag liegt mit € 241,0 Mio. um € 22,7 Mio. (-8,6 %) unter Vorjahr.

3. Im Bereich der Logistik und Prozesskosten für Service und After-Sales kam es zu Kostensteigerungen. Hintergrund sind die Ausweitung der Produktpalette in der Vergangenheit, der in vielen Produktarten mengenmäßig höhere Absatz, teilweise zu geringe Losgrößen und die insbesondere im Ausland zunehmende Anzahl der im Markt befindlichen garantiebehafteten Artikel. Dadurch kam es zu einer Erhöhung der Fallzahlen im Service und im Call-Center sowie einem entsprechend erhöhten Personalbedarf. Zudem stiegen die Sachkosten für Lager und Frachten im Bereich der Sekundärlogistik sowie für Reparaturen.

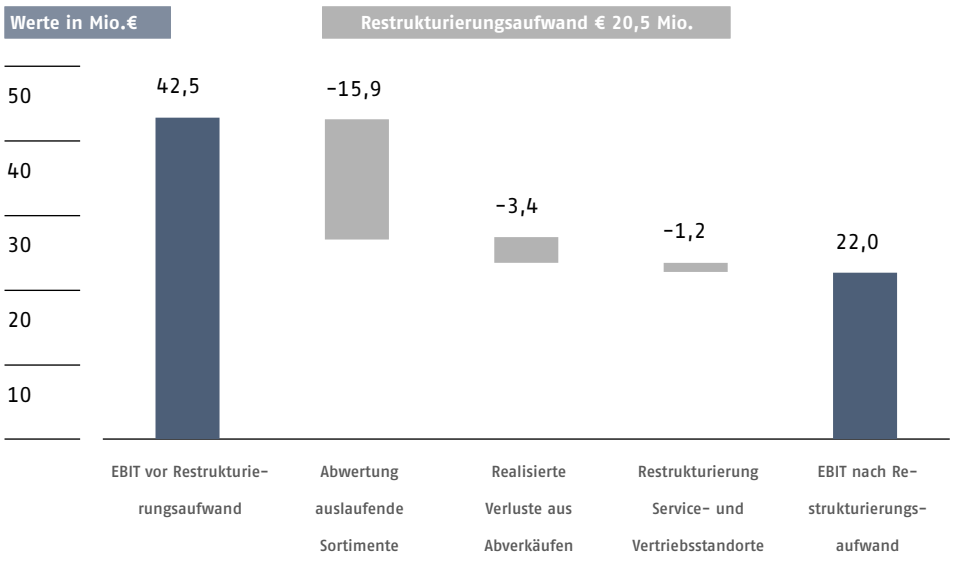
Durch diese Entwicklungen hat sich das EBIT vor Restrukturierungsaufwand von € 88,2 Mio. im Vorjahr auf nunmehr € 42,5 Mio. im Geschäftsjahr 2005 verringert.

**Reorganisationsmaßnahmen**

Um diesen negativen Entwicklungen entgegenzuwirken und eine nachhaltige Kostenreduktion bei gleich bleibend hoher Service-Qualität zu erreichen, hat MEDION weit reichende Maßnahmen zur Prozess- und Kostenoptimierung eingeleitet. In diesem Zusammenhang ist es in einem ersten Schritt bereits gelungen, die Kosten der Kontraktlogistik und die Personalkosten insgesamt unter das Vorjahresniveau zu senken. Darüber hinaus wurden in den Bereichen Produktmanagement und Vertrieb Maßnahmen zur Prozessverbesserung und Restrukturierung erarbeitet. Kern der Maßnahmen war eine umfassende Analyse des Produktportfolios und der damit verbundenen Auftragsabwicklungs-, Service- und After-Sales-Strukturen, um die Kostentreiber in diesen Bereichen zu lokalisieren und zu begrenzen. Auf Basis dieser Analysen wurde zum Jahresende 2005 eine Bereinigung des Portfolios von Produkt- und Auftragsarten vorgenommen, die in 2006 beginnend und danach zunehmend zu Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen führen werden.

Für das Geschäftsjahr 2005 ergaben sich aus diesen Maßnahmen jedoch zunächst Restrukturierungsaufwendungen, die das Ergebnis des vierten Quartals mit € 20,5 Mio. zusätzlich belasteten.

AUSWIRKUNGEN DER RESTRUKTURIERUNGSMASSNAHMEN IM ERGEBNIS 2005




Im Jahresabschluss wurden zu erwartende Verluste aus dem Abverkauf von ausgewählten Artikelgruppen, Service- und Retourenbeständen durch Abwertungen von € 15,9 Mio. auf die betreffenden Vorratsbestände berücksichtigt. Darüber hinaus wurden aus dem gezielten Abverkauf von Beständen in diesen Produktgruppen bereits Verluste von € 3,4 Mio. realisiert. Für die Restrukturierung von Service- und Vertriebsstandorten ergaben sich Aufwendungen von € 1,2 Mio.

# 5.3.1 Umsatzentwicklung

- UMSATZ UNTER VORJAHR
- UMSATZANSTIEG IN DEUTSCHLAND
- EINSTIEG IN NEUE DIENSTLEISTUNGSANGEBOTE

Das Geschäftsjahr 2005 war geprägt von einem deutlichen Umsatzrückgang im ersten Quartal und leichten Umsatzsteigerungen in den folgenden Quartalen. In dem für die Branche und MEDION besonders wichtigen Weihnachtsquartal wurden die Umsatzerwartungen des Einzelhandels jedoch nicht erfüllt. Dabei spiegelte sich die politische und wirtschaftliche Verunsicherung im zurückhaltenden Kaufverhalten der Privatkunden wider.

Die erst Ende Oktober 2005 erreichte Bildung einer neuen Regierung in Deutschland führte noch zu keiner spürbaren Belebung des Kaufverhaltens der Konsumenten. Hohe Energiepreise und Unsicherheiten über zukünftige steuerliche Belastungen sowie die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit wirkten sich ebenfalls belastend auf die Konsumneigung in Deutschland und in den meisten europäischen Ländern aus. Zusammen mit dem anhaltend schwachen US-Dollar führten diese Faktoren zu einer Fortsetzung des Trends sinkender Stückerlöse.

Insgesamt konnte MEDION den Umsatzverlust aus dem ersten Quartal 2005 von € 135 Mio. gegenüber dem noch besonders erfolgreichen ersten Quartal des Vorjahres nicht mehr ausgleichen. Der Konzernumsatz ging daher in 2005 um € 97 Mio. auf € 2.527 Mio. zurück.

UMSÄTZE NACH REGIONEN

| | Mio.€ | % | Mio.€ | % | Mio.€ | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2005 | | 2004 | | +/– | |
| Deutschland | 1.698,8 | 67,2 | 1.548,7 | 59,0 | 150,1 | 9,7 |
| Europa | 768,9 | 30,4 | 978,2 | 37,3 | -209,3 | -21,4 |
| USA | 24,7 | 1,0 | 46,4 | 1,8 | -21,7 | -46,8 |
| Übriges Ausland/Konsolidierung | 34,3 | 1,4 | 50,8 | 1,9 | -16,5 | -32,5 |
| **Umsatz gesamt** | **2.526,7** | **100,0** | **2.624,1** | **100,0** | **-97,4** | **-3,7** |

Nach Regionen betrachtet verlief die Umsatzentwicklung unterschiedlich: Die Umsätze in Deutschland konnten von € 1.549 Mio. auf € 1.699 Mio. gesteigert werden. Neben Geschäftsausweitungen mit bestehenden Kunden und erfolgreichen Produkten im Bereich mobiler Navigationsgeräte und Flachbild-TV hat sich hier auch der Einstieg in neue Dienstleistungsangebote positiv ausgewirkt.

## 5.3.1 Umsatzentwicklung

Im europäischen Ausland hingegen gingen die Umsätze von € 978 Mio. auf € 769 Mio. zurück, da sich insbesondere die zentraleuropäischen Märkte in Holland, Frankreich und Italien aufgrund der dortigen abgeschwächten Konsumneigung rückläufig entwickelten und zu einem vorsichtigen Orderverhalten der Kunden führten. Der Umsatzanteil im europäischen Ausland sank dadurch von 37,3 % im Vorjahr auf 30,4 % in 2005.

Im amerikanischen Markt konnten die ursprünglich gesetzten Ziele trotz erheblicher Anstrengungen nur in Teilen realisiert werden. MEDION hat daraufhin die Investitionen in die dortige Marktentwicklung auf ein wirtschaftlich vertretbares Maß zurückgefahren und die Organisation vor Ort in den USA weitgehend verschlankt, so dass künftig nicht mehr mit signifikanten Ergebnisbelastungen aus dem USA-Geschäft zu rechnen ist.

UMSÄTZE NACH GESCHÄFTSBEREICHEN

| | Mio.€ | % | Mio.€ | % | Mio.€ | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2005 | | 2004 | | +/- | |
| PC/Multimedia | 1.798,5 | 71,2 | 1.919,1 | 73,1 | -120,6 | -6,3 |
| Unterhaltungs- und Haushaltselektronik | 632,3 | 25,0 | 642,3 | 24,5 | -10,0 | -1,6 |
| Kommunikationstechnik | 95,9 | 3,8 | 62,7 | 2,4 | 33,2 | 53,0 |
| | **2.526,7** | **100,0** | **2.624,1** | **100,0** | **-97,4** | **-3,7** |

Die Umsätze mit PC/Multimedia-Produkten ermäßigten sich von € 1.919 Mio. in 2004 auf € 1.799 Mio. (-6,3 %) in 2005. Entscheidend hierfür ist der Rückgang bei Desktop-PCs sowohl hinsichtlich der Absatzmenge als auch beim durchschnittlichen Verkaufspreis. Diesen Rückgang konnten die in 2005 um zusammen rd. 26 % gestiegenen Erlöse bei mobilen Geräten (Notebooks und PDAs) nicht ausgleichen.

Die Umsätze in der Unterhaltungs- und Haushaltselektronik entwickelten sich mit € 632 Mio. in 2005 nach € 642 Mio. in 2004 relativ stabil. Wesentliche Umsatz- und Wachstumsträger waren entsprechend dem allgemeinen Trend TFT/LCD- und Plasma-Fernseher, die beim Umsatz um rd. 60 % zulegten sowie Digital-Empfangs- und Aufnahmegeräte. Demgegenüber verloren Bildröhrengeräte und andere Produkte der klassischen Haushaltselektronik an Bedeutung.

Im Bereich der Kommunikationstechnik führte in erster Linie der vermehrte Absatz von Mobilfunkgeräten und der Einstieg in das Geschäft mit Mobilfunkdienstleistungen zu einem Anstieg der Umsätze von € 63 Mio. auf € 96 Mio. in 2005.

## 5.3.2 Ertragslage

- ROHERTRAGSMARGE: 9,5 %
- PERSONALAUFWAND VERRINGERT
- SERVICE-KOSTEN ANGESTIEGEN

**Rohertrag**

Die Rohertragsmarge ging im Jahresdurchschnitt von 10,0 % im Vorjahr auf 9,5 % in 2005 zurück. Dabei entwickelten sich die Margen in den einzelnen Produktarten durchaus unterschiedlich. Während in weiten Teilen des Produktportfolios und insbesondere im Bereich innovativer und hochwertiger Produkte die Margen weiterhin auskömmlich und teilweise durchaus erfreulich waren, zeigten sich in einzelnen Absatzkanälen und Produktfeldern – insbesondere bei Commodity-Produkten wie einfachen Unterhaltungs- und Haushaltselektronikprodukten im Einstiegspreisbereich – deutlich schlechtere Margenentwicklungen und ungünstigere Service- und Retourenquoten. Infolge der ermäßigten Umsätze und der verringerten Marge ging der Rohertrag gegenüber dem Vorjahr um € 23 Mio. auf € 241 Mio. zurück.

**Personalaufwand**

Der Personalaufwand konnte um € 2,8 Mio. von € 62,7 Mio. auf € 59,9 Mio. und, bereinigt um den rein buchmäßigen Sondereffekt aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 2, um € 1,7 Mio. gegenüber dem Vorjahr verringert werden, obwohl sich der Mitarbeiterbestand konzernweit um 125 Mitarbeiter erhöhte. Maßgeblich für die Kostensenkung waren die Einführung veränderter Vergütungssysteme, die zu einer Kostensenkung des durchschnittlichen Gehaltsaufwandes pro Mitarbeiter geführt haben sowie Solidarbeiträge der Mitarbeiter und des Vorstandes. Hintergrund der Neueinstellungen waren gestiegene Service- und Call-Center-Fallzahlen sowie die Übernahme zuvor durch externe Dienstleister erbrachter Service-Funktionen durch eigene Mitarbeiter.

PERSONALAUFWAND

| | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Personalaufwand gesamt in T€ (bereinigt um IFRS 2) | 58.983 | 60.721 |
| Durchschnittliche Mitarbeiterzahl | 1.551 | 1.426 |
| Personalaufwand pro Mitarbeiter in € | 38.029 | 42.581 |

**Abschreibungen**

Aufgrund von weiteren Investitionen in die Betriebsimmobilie in Essen-Kray sowie in EDV-Soft- und Hardware erhöhten sich die Abschreibungen um € 1,5 Mio. auf € 8,5 Mio. Darin enthalten sind € 4,7 Mio. Abschreibungen auf Sachanlagen, insbesondere Betriebs- und Geschäftsausstattung und € 3,8 Mio. Abschreibungen auf EDV-Software.

**Sonstige betriebliche Aufwendungen**

SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

| Werte in Mio.€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Vertriebsaufwendungen | 110,9 | 97,3 |
| Verwaltungsaufwendungen | 16,1 | 16,3 |
| Betriebsaufwendungen | 5,8 | 4,6 |
| Übrige | 7,2 | 1,2 |
| | **140,0** | **119,4** |

Die Vertriebsaufwendungen beinhalten insbesondere Frachten und Lagerkosten, Kosten für Kundenservice sowie Marketing und Verpackungskosten. Sie haben sich um € 13,6 Mio. erhöht. Dabei sind gegenläufige Entwicklungen eingetreten. Die Kosten für primäre Vertragslogistik sind aufgrund günstigerer verhandelter Frachtraten zurückgegangen. Dagegen kam es beim After-Sales-Service im Bereich der Frachten für Endkundenservice sowie den Kosten für Kundenservice und Reparaturen insgesamt zu deutlichen Kostensteigerungen. Durch eine breitere Produktpalette und in vielen Produktgruppen gestiegenen Absatzstückzahlen hat sich die Anzahl der garantiebehafteten Artikel im Markt und in der Folge die Anzahl der Service-Fälle deutlich gesteigert. Dies ist insbesondere im Auslandsgeschäft, das in den vergangenen Jahren mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten ausgeweitet werden konnte, festzustellen.

Darüber hinaus sind die Kosten für das Handling und die Vermarktung endkundenretournierter Waren gestiegen. Sinkende frei verfügbare Einkommen der Endverbraucher sowie ein deutlich über das Wettbewerbsniveau hinausgehender Kulanzlevel der Großkunden von MEDION haben die Zahlen der von Endverbrauchern retournierten Produkte ansteigen lassen. Dies wirkte sich bei MEDION negativ auf die Rohertragsmarge wie auch auf die Kosten für das Handling aus.

Zur Stärkung der Bekanntheit und des Wertes der Marke MEDION im In- und Ausland wurden die Marketingaktivitäten verstärkt. Dazu gehörte unter anderem ein erhöhter Präsenzlevel auf zahlreichen Messen und Veranstaltungen im In- und Ausland. Die Aufwendungen für Werbung und Messen erhöhten sich von € 5,1 Mio. im Vorjahr auf € 10,4 Mio. in 2005.

Die Verwaltungskosten bewegten sich mit € 16,1 Mio. auf konstantem Niveau. Die Betriebsaufwendungen sind aufgrund von Renovierungen und Instandhaltungen der Betriebsimmobilie in Essen-Kray um € 1,2 Mio. auf € 5,8 Mio. angestiegen. In den auf € 7,2 Mio. erhöhten übrigen Aufwendungen haben sich im Wesentlichen periodenfremde Aufwendungen von € 2,1 Mio., Kursdifferenzen von € 1,2 Mio. und Wertberichtigungen auf Forderungen von € 0,9 Mio. ausgewirkt.

## 5.3.3 Finanzergebnis

- EIGENKAPITALQUOTE: 53,25 %
- MITTELBINDUNG REDUZIERT
- LIQUIDITÄT ERHÖHT

Im Interesse einer mittelfristig planbaren Projektfinanzierung hat MEDION im Berichtsjahr einen dreijährigen Kreditrahmenvertrag (Syndicated Loan) mit acht Kreditinstituten abgeschlossen. Aufgrund eines höheren Finanzierungsvolumens im Weihnachtsgeschäft und veränderter Konditionen sind die Finanzierungsaufwendungen um rd. € 1,1 Mio. gestiegen. Der Anstieg der Finanzierungskosten konnte jedoch durch ebenfalls um € 1,1 Mio. erhöhte Zinserträge aus der Anlage von Liquiditätsüberschüssen ausgeglichen werden, so dass das Finanzergebnis mit € -4,1 Mio. auf Vorjahresniveau liegt.

## 5.3.4 Bilanzstruktur

**Vermögens- und Finanzlage**

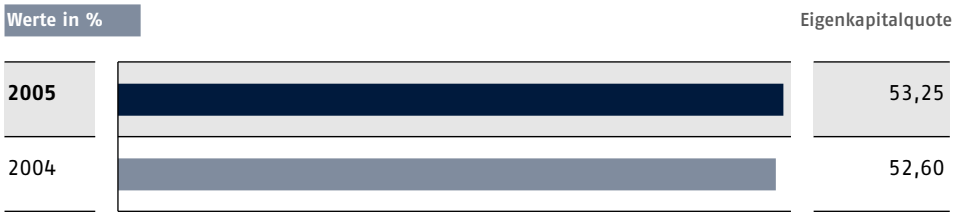
Bei einer gegenüber dem Vorjahr um 4,4 % verminderten Bilanzsumme in Höhe von € 828,7 Mio. haben sich die Bilanzrelationen in 2005 nochmals verbessert.

Die Eigenkapitalquote beträgt 53,25 % der Bilanzsumme nach 52,60 % im Vorjahr. Damit verfügt MEDION aufgrund der guten Ertragskraft der vergangenen Jahre über eine solide Eigenfinanzierungsbasis für die erfolgreiche Weiterentwicklung des Geschäfts.

Die Mittelbindung im Working Capital konnte spürbar verbessert werden. Durch aktives Debitorenmanagement wurden die Forderungen um € 60,6 Mio. auf € 350,8 Mio. vermindert. Zudem haben sich die Vorräte um € 31,7 Mio. auf € 246,3 Mio. reduziert. Mit den dadurch verfügbar gemachten Finanzmitteln wurden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stichtagsbezogen um € 38,9 Mio. zurückgeführt und die freie Liquidität um € 39,7 Mio. auf € 127,1 Mio. zum Abschlussstichtag erhöht.

EIGENKAPITALQUOTE

2005 / 2004



## 5.3.4 Bilanzstruktur

BILANZSTRUKTUR

| | Mio.€ | % | Mio.€ | % | Mio.€ | % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2005 | | 2004* | | +/– | |
| Liquide Mittel | 127,1 | 15,3 | 87,4 | 10,1 | 39,7 | 45,4 |
| Vorräte | 246,3 | 29,7 | 278,0 | 32,1 | -31,7 | -11,4 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 350,8 | 42,3 | 411,3 | 47,4 | -60,5 | -14,7 |
| Sonstige kurzfristige Vermögenswerte | 50,9 | 6,2 | 40,9 | 4,7 | 10,0 | 24,4 |
| **Kurzfristige Vermögenswerte** | **775,1** | **93,5** | **817,6** | **94,3** | **-42,5** | **-5,2** |
| **Langfristige Vermögenswerte** | **53,6** | **6,5** | **49,3** | **5,7** | **4,3** | **8,7** |
| **Summe Aktiva** | **828,7** | **100,0** | **866,9** | **100,0** | **-38,2** | **-4,4** |
| Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung | 237,9 | 28,7 | 276,8 | 31,9 | -38,9 | -14,1 |
| Steuerrückstellungen | 0,6 | 0,1 | 7,1 | 0,8 | -6,5 | -91,5 |
| Übrige Rückstellungen | 124,2 | 15,0 | 108,0 | 12,5 | 16,2 | 15,0 |
| Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten | 21,5 | 2,6 | 15,8 | 1,8 | 5,7 | 36,7 |
| **Kurzfristige Verbindlichkeiten** | **384,2** | **46,4** | **407,7** | **47,0** | **-23,5** | **-5,8** |
| **Langfristige Verbindlichkeiten** | **3,3** | **0,3** | **3,2** | **0,4** | **0,1** | **0,0** |
| **Eigenkapital** | **441,2** | **53,3** | **456,0** | **52,6** | **-14,8** | **-3,2** |
| **Summe Passiva** | **828,7** | **100,0** | **866,9** | **100,0** | **-38,2** | **-4,4** |

*Veränderungen zum Vorjahresausweis aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 5.3.5 Kapitalflussrechnung

- FREE CASHFLOW AUF € 72,4 MIO. ANGESTIEGEN
- INVESTITIONEN IN BETRIEBSIMMOBILIEN
- MITTELFRISTIGE PROJEKTFINANZIERUNG VEREINBART

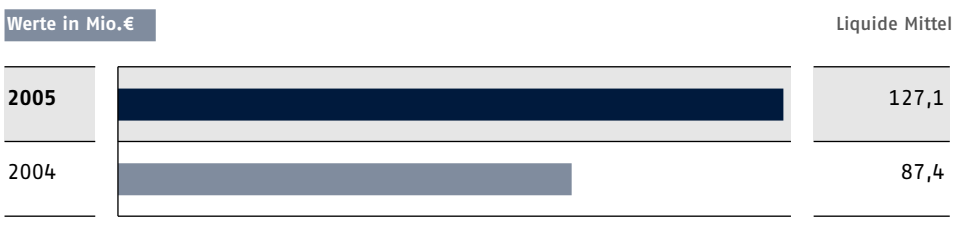
Der Brutto Cashflow ist ergebnisbedingt auf € 31,0 Mio. zurückgegangen. Hingegen ist der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit aufgrund der um € 53,0 Mio. geringeren Mittelbindung im Netto-Umlaufvermögen und der um € 31,3 Mio. geringeren Ertragsteuerzahlungen auf € 84,9 Mio. angewachsen. Die Verbesserung im Netto-Umlaufvermögen ist in erster Linie auf ein weiter optimiertes Forderungsmanagement und geringere Vorratsbestände zurückzuführen.

Im Geschäftsjahr 2005 hat sich der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit gegenüber dem Vorjahr um € 7,2 Mio. auf € 12,5 Mio. (=-36,5 %) reduziert. Der Schwerpunkt der Investitionen lag mit € 8,3 Mio. auf dem Umbau der Betriebsimmobilien in Essen-Kray, daneben wurden im Wesentlichen Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen in Soft- und Hardware in Höhe von € 1,9 Mio. getätigt.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit enthält im Wesentlichen mit € 26,6 Mio. die Auszahlung der Dividende für 2004. In den um € 1,5 Mio. höheren Netto-Auszahlungen für Finanzierungskosten sind Auszahlungen im Rahmen des für drei Jahre mit einem Bankenkonsortium abgeschlossenen Syndicated Loan von € 1,4 Mio. enthalten, die Aufwand für künftige Geschäftsjahre darstellen.

Dem Finanzmittelfonds von € 127,1 Mio. stehen zum 31. Dezember 2005 Bank- und Anleiheverbindlichkeiten von lediglich € 1,6 Mio. gegenüber. Die Netto-Liquidität hat sich damit im Vergleich zu 2004 um € 40,6 Mio. auf € 125,5 Mio. erhöht.

Der MEDION-Konzern hat nahezu das ganze Jahr über eine deutlich positive Netto-Cashposition, Bankkredite müssen lediglich kurzfristig und gezielt zur Finanzierung von einzelnen großen Projektvolumina, insbesondere für das Weihnachtsgeschäft, in Anspruch genommen werden. Insgesamt verfügt die MEDION AG mit dem hohen Eigenkapitalanteil von über 53 %, der hohen Netto-Liquidität von über € 125 Mio. und dem mittelfristig vereinbarten Projektfinanzierungsrahmen (Syndicated Loan) über solide Finanzierungsrahmenbedingungen.



## 5.3.5 Kapitalflussrechnung

CASHFLOW

| | 2005 | 2004* | +/– | +/– |
|---|---|---|---|---|
| | Mio.€ | | | % |
| Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) | 22,0 | 88,2 | -66,2 | -75,1 |
| Abschreibungen und andere zahlungsunwirksame Aufwendungen | 9,0 | 7,3 | 1,7 | 23,3 |
| **Brutto Cashflow** | **31,0** | **95,5** | **-64,5** | **-67,5** |
| Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen | 76,5 | 23,4 | 53,1 | 226,3 |
| Auszahlungen für Steuern | -22,6 | -53,9 | 31,3 | -58,1 |
| **Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit** | **84,9** | **65,0** | **19,9** | **30,6** |
| **Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit** | **-12,5** | **-19,7** | **7,2** | **36,5** |
| **Free Cashflow** | **72,4** | **45,3** | **27,1** | **59,8** |
| Auszahlungen Dividende | -26,6 | -33,9 | 7,3 | 21,5 |
| Netto-Zahlungen Finanzierungskosten | -6,5 | -5,0 | -1,5 | -30,0 |
| **Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit** | **-33,1** | **-38,9** | **5,8** | **14,9** |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds | 39,3 | 6,4 | 32,9 | 514,1 |
| Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds | 0,4 | -0,3 | 0,7 | 233,3 |
| Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres | 87,4 | 81,3 | 6,1 | 7,5 |
| **Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres** | **127,1** | **87,4** | **39,7** | **45,4** |

*Veränderungen zum Vorjahr aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 5.4 Tochtergesellschaften

- STRUKTURANPASSUNG IN DEN USA
- ZENTRALE STEUERUNG DER PROJEKTABWICKLUNG UND LOGISTIK
- CALL-CENTER GESTRAFFT

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

Die eigentliche Projektabwicklung und Logistik werden 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.

Aufgrund der insgesamt nicht zielentsprechenden Entwicklung der USA-Aktivitäten wurden bei der dortigen Tochtergesellschaft Strukturanpassungen vorgenommen. Die Reorganisationsmaßnahmen wurden noch im Geschäftsjahr 2005 weitestgehend abgeschlossen, so dass künftig nicht mehr mit wesentlichen Ergebnisbelastungen aus dem USA-Geschäft zu rechnen ist. Bei geändertem Markt bzw. Wettbewerbsumfeld und somit verbesserten Aussichten auf profitables Geschäft können die Kapazitäten bei Bedarf wieder nach oben angepasst werden.

Zur Nutzung von Synergiepotentialen wurden in 2005 die Service-Leistungen im Bereich Call-Center und Reparaturen für den österreichischen Markt in Deutschland bei der MEDION Service GmbH zentralisiert.

## 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, United Kingdom

MEDION NORDIC A/S, Skovlunde, Dänemark

MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich

MEDION B.V., Panningen, Niederlande

MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien

MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien

MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Schlieren, Schweiz

MEDION USA, Inc., Delaware, USA

MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien

MEDION KOREA ELECTRONICS Yuhan Hoesa, Seoul, Korea*

MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China

LIFETEC International Ltd., Hongkong, China

MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China

**VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG UND SERVICE**

KEIN OPERATIVES GESCHÄFT

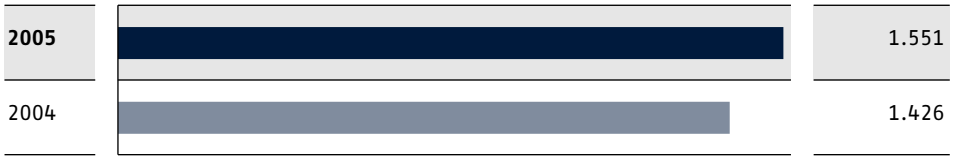
*LIQUIDATION ZUM 31. AUGUST 2005 ERFOLGT

## 5.5.1 Entwicklung

- MEHR MITARBEITER IN DEN SERVICE-BEREICHEN
- PERSONALENTWICKLUNGSKONZEPTE UMGESETZT
- FLEXIBILISIERUNG DER ARBEITSZEITEN

Im Geschäftsjahr 2005 waren insgesamt durchschnittlich 1.551 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) im MEDION-Konzern beschäftigt, was einem Zuwachs der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr (1.426) um 125 Vollzeitäquivalente entspricht. Davon entfielen auf die MEDION AG und ihre inländischen Tochtergesellschaften 1.237 (Vorjahr: 1.180) und auf die ausländischen Gesellschaften 314 (Vorjahr: 246). Der Zuwachs der Mitarbeiterzahlen betraf insbesondere die Bereiche Call-Center und After-Sales-Service. Hintergründe der Neueinstellungen waren die gestiegenen Service- und Call-Center-Fallzahlen sowie die Übernahme bisher durch externe Dienstleister verrichteter Tätigkeiten durch eigene Mitarbeiter.

PERSONAL
2005 / 2004




## 5.5.2 Struktur

Der schnelle Personalaufbau der letzten Jahre hat sich in einem jungen Durchschnittsalter und einer relativ kurzen Beschäftigungsdauer niedergeschlagen. Das Durchschnittsalter der bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften beschäftigten Mitarbeiter betrug im Jahr 2005 durchschnittlich 33,9 Jahre. Die durchschnittliche Dauer der Beschäftigung lag bei ca. 3,2 Jahren und der Anteil der Frauen bei durchschnittlich 38 %.

MEDION legt großen Wert auf eine offene und freundliche Unternehmenskultur. Zusammen mit der Mitarbeitervertretung wurde ein Personalentwicklungskonzept erarbeitet und in einer Betriebsvereinbarung festgeschrieben, welches den partnerschaftlichen Umgang aller im Unternehmen tätigen Personen unterstützt. Vorstand und Mitarbeitervertretung sind gemeinsam der Überzeugung, dass sozial-kompetente Verhaltensweisen das Betriebsklima nachhaltig positiv beeinflussen, den Arbeitsprozess verbessern, die Produktivität des Betriebes sowie die Qualität der Arbeitsergebnisse steigern und vielfältige positive Auswirkungen für das Unternehmen und seine Mitarbeiter mit sich bringen.

## 5.5.3 Wesentliche Vereinbarungen

Im vergangenen Jahr konnten darüber hinaus zusammen mit dem Betriebsrat weitere wichtige Betriebsvereinbarungen im Sinne des Unternehmens und seiner Mitarbeiter erfolgreich auf den Weg gebracht werden. Diese dienen zum einen der langfristigen Mitarbeiterbindung und zum anderen einer den Markterfordernissen angepassten höheren Flexibilisierung innerhalb des Unternehmens.

Eine Betriebsvereinbarung regelt beispielsweise die Flexibilisierung der Arbeitszeit im MEDION-Call-Center. Wegen des branchentypisch wechselnden Arbeitsanfalls war es erforderlich, die individuelle Arbeitszeit der Mitarbeiter im Call-Center an die typischerweise wechselnde Auslastung des Betriebes anzupassen. Dabei konnte eine flexiblere und bedarfsgerechtere Organisation der Arbeitszeit im Call-Center realisiert werden, um den gestiegenen Kundenanforderungen gerecht werden zu können. Damit wurden zugleich die Voraussetzungen geschaffen, um künftig marktgerecht verstärkt Dritten Call-Center-Dienstleistungen anbieten zu können.

In einer weiteren Betriebsvereinbarung wurde der betriebliche Bereitschaftsdienst so geregelt, dass die ständige Verfügbarkeit aller unternehmenskritischen Hardware- und Software-Anwendungen durch ein Team von ausgewählten IT-Spezialisten rund um die Uhr gewährleistet wird.

Im Sinne einer langfristigen Mitarbeiterbindung erhalten die Beschäftigten bei entsprechenden Beschäftigungsdauern Jubiläumszuwendungen und die Möglichkeit, am Programm für betriebliche Altersversorgung teilzunehmen.

MEDION beteiligt sich aktiv an der betrieblichen Ausbildung junger Menschen. Im Jahr 2005 waren insgesamt 24 Auszubildende bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften beschäftigt, davon vierzehn Kaufleute im Groß- und Außenhandel, ein Mediengestalter für digitale und Printmedien, zwei Informatikkaufleute, vier Fachinformatiker Systemintegration sowie drei IT-Systemelektroniker. Nach bestandener Abschlussprüfung konnten sechs Auszubildende aus verschiedenen Ausbildungsgängen in unterschiedlichen Abteilungen des Unternehmens übernommen werden. Zwei Mitarbeiter durchliefen im Jahr 2005 einen dualen Ausbildungsgang zum Diplom-Betriebswirt Business-Administration.

# 5.6 Forschung und Entwicklung

- ENGE ZUSAMMENARBEIT MIT FÜHRENDEN HERSTELLERN
- DIGITALISIERUNG DER TECHNOLOGIEN
- VERNETZUNG DER UNTERHALTUNGSELEKTRONIK

MEDION arbeitet sehr eng mit den führenden Herstellern von Komponenten und Produkten aus den Bereichen Multimedia und Unterhaltungselektronik zusammen. Dadurch besteht 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.

Die vernetzte Unterhaltungselektronik ermöglicht es, Fernseh-, Video- oder Audiogeräte über ein Heimnetzwerk zu verbinden, um digitale Bild- oder Tondokumente miteinander auszutauschen oder aus dem Internet zu laden. Die wachsende Verbreitung breitbandiger DSL-Anschlüsse für schnellen Internetzugang, die drahtlose Übertragung von Bild und Ton über WLAN oder auch die Verteilung von Bild und Ton über das im Haus vorhandene Stromnetz sind übertragungstechnische Möglichkeiten für die vernetzte Unterhaltungselektronik.

# 5.7 Corporate Governance

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 Kodexes in der Fassung vom 2. Juni 2005.

Abweichend zum Deutschen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat der MEDION AG keine Ausschüsse gebildet, da er lediglich drei Mitglieder umfasst. Des Weiteren erfolgt die Berichterstattung über die Vergütung der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder im Anhang des Konzernabschlusses nicht individualisiert.

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 Schlusserklärung 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“.

## 5.8.1 Risikomanagement

Das MEDION-Risikomanagement ist getragen von dem Unternehmensverständnis, nachhaltiges Wachstum zu erzielen und den Unternehmenswert zu steigern. Dabei ist das Risikomanagement zentraler Bestandteil der Planung und Ausführung der MEDION-Geschäftsstrategie.

Aufbauend auf der Unternehmensorganisation sind die Bereiche verpflichtet, die auf die spezifischen Geschäfte zugeschnittenen Risiken zu antizipieren, zu messen, zu überwachen und unter Zuhilfenahme der unternehmensinternen Kontrollsysteme unangemessene Risiken weitestgehend zu vermeiden.

## 5.8.2 Konjunktur

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.

MEDION hat sich in der Vergangenheit als Anbieter von innovativen Produkten mit sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis auch in schwierigen konjunkturellen Verhältnissen behauptet. Jedoch haben sich sowohl die Kaufkraft als auch die Kaufneigung insbesondere in dem Kernmarkt Deutschland und in weiteren zentraleuropäischen Ländern im abgelaufenen Geschäftsjahr ungünstig entwickelt. Sollte sich das Konsumverhalten der Verbraucher in wichtigen Absatzmärkten weiter verschlechtern, so wird dies auch Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis von MEDION haben. Andererseits werden sich bei einer spürbaren Verbesserung des Konsumklimas auch positive Effekte für die Geschäftsentwicklung ergeben. Dabei ist MEDION aufgrund der exzellenten Einkaufskontakte in der Lage, zusätzliche Nachfrage kurzfristig bedienen zu können.

## 5.8.3 Betriebliche Chancen und Risiken

**Produktidee**

Kern des MEDION-Geschäftsmodells ist die Vermarktung von attraktiven Trendprodukten. 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 aktiv eine Vielzahl von Ideen herangetragen. Daneben werden ständig die neuesten Daten der Marktforschung beobachtet. Durch Präsenz auf wichtigen Messen und Ausstellungen werden Gespräche und Kontakte in Fachgremien und ähnlichen Institutionen geführt. 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 wurden auch die Ideen zu den neu eingeführten Dienstleistungen generiert und umgesetzt. So ist es kein Zufall, dass MEDION bereits über viele Jahre hinweg seine Produkte und in jüngster Zeit vermehrt auch neue Dienstleistungen mit großem Erfolg im Aktionsgeschäft platzieren konnte.

**Beschaffung**

MEDION greift bei wesentlichen Teilen der Wertschöpfungskette auf externe Partner zurück. Dies gilt insbesondere für die Herstellung von Produkten und Komponenten sowie für die Abwicklung logistischer Prozesse. Insofern ist MEDION sowohl qualitativ als auch preislich auf eine Vielzahl von Partnern angewiesen. Insbesondere die Beschaffungsmärkte für PC-Komponenten und Logistikdienstleistungen sind sowohl hinsichtlich Verfügbarkeiten als auch Preisen teilweise volatil.

Lieferengpässe bei Hauptlieferanten können zu Preisrisiken und Umsatzeinbußen führen. MEDION verfügt aufgrund des großen, über viele Jahre hinweg gewachsenen Einkaufsnetzwerkes über sehr stabile Lieferantenbeziehungen. Bedingt durch die hohen Beschaffungsvolumina ist MEDION in der Regel als A-Kunde eingestuft und wird bei Kapazitätsengpässen bevorzugt beliefert.

Qualitätsmängel bei den Produkten können insbesondere im Bereich der Service- und After-Sales-Kosten zu höherem Aufwand führen und eine Image-Schädigung nach sich ziehen. MEDION bezieht seine Waren von international führenden Herstellern mit hohen Qualitätsstandards. Grundsätzlich tragen die Lieferanten das Qualitätsrisiko. Um Produktrisiken zu minimieren, Qualitätsmängel möglichst in einem frühen Stadium des Projektes zu erkennen und ggf. frühzeitig gegensteuern zu können, führt MEDION vor, während und nach der Produktion zumeist vor Ort beim Lieferanten eigene Qualitätskontrollen durch.

MEDION bezieht weite Teile seiner Produkte und Komponenten von Lieferanten, deren Betriebsstätten in Asien liegen. Daraus können sich diverse Risiken, 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. Hierdurch 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.

**Logistik**

Da MEDION sich auf das Projektgeschäft konzentriert, ist ein wesentlicher Bestandteil dieses Dienstleistungspaketes die Garantie, die Produkte innerhalb eines sehr kleinen Zeitfensters an die Retailer auszuliefern.

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.

## 5.8.4 Absatz

Hochwertige Produkte der Consumer-Electronics unterliegen aufgrund der dynamischen technischen Entwicklung einer schnellen Alterung und müssen daher möglichst schnell verkauft werden. Ansonsten drohen Abwertungsrisiken. MEDION mindert die eigenen Bestandsrisiken durch das Build-to-Order-Prinzip. Bei den Vorratsbeständen handelt es sich daher im Wesentlichen um bereits verkaufte Ware bzw. um Service-Ware.

Bei den Kunden von MEDION besteht ein allgemeines Abverkaufsrisiko. Durch gezielte Marktforschung, Testaktionen bei Produktneueinführungen und dosierte Mengenplanungen wird das Abverkaufsrisiko der Handelspartner in engen Grenzen gehalten.

Aufgrund der in weiten Teilen des Handels üblichen Geld-zurück-Garantie haben die Konsumenten das Recht, auch funktionell einwandfreie Ware als Retourenwaren an den Handel zurück zu geben. Diese Retourenwaren werden zumeist an den Hersteller weitergeleitet und von diesem einer alternativen Vermarktung zugeführt. Solche Bestände unterliegen einem besonderen Abverkaufsrisiko. MEDION hat durch die Eröffnung des MEDION-Outlet-Store ergänzend zu dem Abverkauf über Dritte einen eigenen Vertriebsweg für Retourenwaren sowie B-Waren und Überhangbestände geschaffen, der erfolgreich angelaufen ist.

Die MEDION-Kunden gehören im Wesentlichen zu den Top-20 des internationalen Retail-Marktes. Dadurch werden mit einzelnen Kunden hohe Projektvolumina realisiert. Bereits der Wegfall einzelner Kunden könnte zu signifikanten Umsatzeinbußen führen. Aufgrund der guten Wettbewerbsposition und dem guten Verhältnis von Preis und Qualität der Produkte ist MEDION ein attraktiver Partner und verfügt über stabile Kundenbeziehungen. Es ist derzeit nicht ersichtlich, dass sich einer der großen Handelspartner aus der Beziehung zu MEDION lösen wird. Allerdings hat sich der Konzentrationsprozess im Handel fortgesetzt und zusammen mit der schwachen Konsumnachfrage im Inland und europäischen Ausland zu einer noch weiter verstärkten Wettbewerbsintensität geführt. Damit verbunden ist ein zunehmender Preiswettbewerb und Margendruck beim Handel und den Lieferanten. Sollte die Wettbewerbsintensität im Handel noch weiter steigen, könnte dadurch nochmals stärkerer Druck auf die Margen und die Ertragskraft von MEDION entstehen.

**Forderungen gegenüber Kunden**

Die allgemein schlechte wirtschaftliche Situation hat gerade in den letzten Jahren zu einer Vielzahl von Insolvenzen geführt. Dies hat häufig zu erheblichen Forderungsausfällen bei den Lieferanten der insolventen Unternehmen geführt.
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 auf Vorkasse beliefert.

## 5.8.5 Recht

MEDION ist als Hersteller und Lieferant von Personalcomputern dem Risiko unterworfen, dass möglicherweise Verwertungsabgaben für in der Vergangenheit ausgelieferte PCs 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. Das Verfahren ist letztinstanzlich beim Bundesgerichtshof anhängig. Kurz vor Jahresende 2005 hat nun auch die Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) als Vertreter der Urheber von Film- und Musikwerken Klage gegen ca. 20 Hersteller und Händler von PCs auf Zahlung einer weiteren zusätzlichen pauschalen Urheberrechtsabgabe von € 18,42 je verkauftem Gerät eingereicht. MEDION hat den Risiken im Jahresabschluss wie im Vorjahr durch Bildung von angemessenen Rückstellungen Rechnung getragen. Sollte sich im Rahmen der Rechtstreitigkeiten herausstellen, dass die möglicherweise nachträglich zu zahlenden Urheberabgaben 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.

Zum 1. Juli 2006 wird die Richtlinie 2002/95/EG über die Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten (RoHS-Richtlinie) in deutsches Recht umgesetzt. MEDION hat die für erforderlich erachteten Vorkehrungen getroffen, um die mit der Rechtsänderung eintretenden Beschränkungen einzuhalten. In Zusammenarbeit mit den Lieferanten wurden Kontrollmechanismen installiert, um für neu in den Verkehr gebrachte Elektro- und Elektronikprodukte die Stoffverbote zu Blei, Cadmium, Chrom, Quecksilber und bromierten Flammschutzmitteln zu beachten.

## 5.8.6 Finanzen

Das Projektgeschäft erfordert für kurze Zeiträume die Verfügbarkeit von erheblichen Finanzmitteln. Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten können das Unternehmenswachstum 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 Eigenkapitalposition von € 441,2 Mio. zum 31. Dezember 2005 beschränkt sich der Finanzkreditbedarf von MEDION nahezu ausschließlich auf die kurzfristige Abdeckung von Finanzierungsspitzen bei großvolumigen Projekten. Dieser Liquiditätsbedarf wird durch einen Konsortialkredit und Banklinien gedeckt. Eine Abhängigkeit von einzelnen Kreditinstituten besteht dabei nicht.

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-$ abgewickelt werden. MEDION begegnet den Risiken aus Fremdwährungsschwankungen durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente in Form von marktüblichen Devisentermingeschäften und teilweise ergänzenden Swap-Geschäften.

## 5.8.7 Personal

Der Wettbewerb um hoch qualifizierte Führungskräfte und technisches Personal ist in der Consumer-Electronic-Branche nach wie vor hoch. Gerade im Projektgeschäft stellen erfahrene, gut ausgebildete Mitarbeiter die wichtigste Ressource dar. Nur geschulte und qualifizierte Mitarbeiter können Risiken beherrschen und vermeiden. MEDION fördert daher gezielt die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter. Darüber hinaus sind im Rahmen des Workflow-Managements alle unternehmensinternen Prozesse so dokumentiert, dass sie personenunabhängig ausgeführt werden können.

Insgesamt arbeitet bei MEDION ein junges, motiviertes Team – eine gesunde Mischung aus Mitarbeitern, die das Unternehmen schon lange begleiten und erfahrenen Kollegen, die aus anderen Unternehmen zu MEDION gekommen sind.

## 5.8.8 Risikomanagementsysteme

Das Risikomanagement im MEDION-Konzern ruht auf vier Säulen: Dem Controllingsystem, der laufenden Überwachung des internen Kontrollsystems, der internen Revision sowie dem Risikofrühwarnsystem. Das Controllingsystem von MEDION wird permanent verbessert. Die Kalkulationsschemen wurden unternehmensweit vereinheitlicht und durch das neu aufgebaute Team Projektcontrolling optimiert. Das Projekt zum Re-Engineering der SAP-basierten Kundenerfolgs- und Artikelergebnisrechnung ist nach der erfolgreichen Umsetzungsphase nunmehr größtenteils implementiert. Darauf aufbauend ist der Planungsprozess weiter verbessert und zu einem integrierten und rollierenden System ausgebaut worden. 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 Vier-Augen-Prinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert. Beispielsweise bestehen Verfahrensanweisungen für Investitionen, Personaleinstellungen, Zoll, Einkaufsverhalten sowie eine aufgrund des In-Kraft-Tretens des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes modifizierte Richtlinie zum Umgang mit Insider-Wissen und der dementsprechenden Kommunikation.

Die interne Revision führt bei MEDION im Auftrag des Vorstandes prozessunabhängige Kontrollen in allen Unternehmensbereichen durch. Dies schließt auch die Kontrolle der Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems mit ein.

Das Risikofrühwarnsystem erfasst Geschäftsrisiken, die strategische Ziele bedrohen und zu einer Gefährdung des Unternehmens führen können. Das Risikofrühwarnsystem bezieht sich somit auf eine zukunftsorientierte Erfassung von Risiken. Dabei werden Geschäftsrisiken bottom-up anhand von Indikatoren identifiziert und über das Reportingsystem im Unternehmen kommuniziert. Die Ermittlung von Frühwarnindikatoren erfolgt bei MEDION im Rahmen der Implementierung einer Balanced Scorecard. MEDION beobachtet die Entwicklung dieser Risiken quartalsweise anhand von Kennzahlen. Diese Kennzahlen werden im Kontext einer Zeitreihe betrachtet. Aus der Veränderung der Kennzahlen lassen sich Trends herleiten, die eine Beurteilung der Unternehmensrisiken ermöglichen. Bei einer negativen Veränderung der Kennzahlen werden gezielte Einzelanalysen vorgenommen. Für jede Kennzahl wird jährlich eine Ziel- und Schwellengröße, die nicht unterschritten werden darf, festgelegt. Die Kennzahlen werden spätestens 20 Werktage nach Quartalsende an den Vorstand sowie an die Leiter der entsprechenden Unternehmensbereiche berichtet.

## 5.8.9 Gesamtrisikosituation

MEDION verfügt insgesamt über ein „Low-Risk-Profile“. Die Fixkostenbelastung wird dadurch vergleichsweise gering gehalten, dass sämtliche kapitalintensiven Teile des Wertschöpfungsprozesses von Partnerunternehmen übernommen werden. Prozessrisiken werden durch die Erfahrung von mehr als 20 Jahren und über 10.000 abgewickelten Projekten minimiert. Die Qualität der MEDION-Produkte wird in sämtlichen Prozessstufen kontrolliert. Bestandsrisiken im Vorratsbereich werden durch das Build-to-Order-Prinzip gemindert. Die Werthaltigkeit des Forderungsbestandes ist durch die Konzentration auf Kunden mit A-Bonität sichergestellt. Laufende Risiken werden darüber hinaus durch das Risikomanagementsystem identifiziert und überwacht.

Nach Einschätzung des Vorstandes sind daher zum gegenwärtigen Zeitpunkt und für die absehbare Zukunft keine Risiken erkennbar, die den Bestand des Unternehmens gefährden könnten.

## 5.9.1 Konjunktur

- WACHSTUM DER KONSUMAUSGABEN IN EUROPA NOCH NICHT ERKENNBAR
- KONJUNKTURELLE ERHOLUNG IN DEUTSCHLAND NOTWENDIG
- IM CE-MARKT STEIGENDE NACHFRAGE NACH MOBILEN GERÄTEN

**Konjunktureller Rahmen**

Das Herbstgutachten des Institutes für Weltwirtschaft an der Universität Kiel erwartet für Deutschland in 2006 mit einem prognostizierten Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von 1,2 % nach 0,8 % in 2005 zwar ein etwas stärkeres Wachstum, eine hohe konjunkturelle Dynamik zeichnet sich jedoch weiterhin nicht ab. Für einen Durchbruch bei der Lösung der dringendsten Probleme – der hohen Arbeitslosigkeit und der Defizite in den öffentlichen Haushalten – reicht die konjunkturelle Erholung nicht aus. Bei weiterhin moderaten Lohnabschlüssen und einer damit verbundenen Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Unternehmen in einer anhaltend kräftigen Weltkonjunktur erwarten die Gutachter ab der zweiten Jahreshälfte 2006 allerdings erstmals eine geringfügige Zunahme der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die seit dem Jahr 2000 bis zuletzt stetig deutlich rückläufig war. Sollte sich die Beschäftigungssituation verbessern und die Wirkungen der Energieverteuerung nachlassen, könnten die Konsumausgaben im Verlaufe von 2006 leicht zunehmen und die Binnennachfrage anziehen. Allerdings hängt die Konjunktur in Deutschland bei den nur geringen Inlandsimpulsen immer noch überwiegend von außenwirtschaftlichen Einflüssen ab, so dass schon kleinere Störungen von außen die deutsche Wirtschaft in die Nähe der Stagnation zurückwerfen können. So könnte insbesondere eine weitere Verteuerung der Energiepreise die Konjunktur erheblich belasten.

Die Bundesregierung geht in ihrem Prognosebericht für 2006 von einem Wachstum der Konsumausgaben privater Haushalte von 0,3 % aus. Wesentliche Wachstumsimpulse sowie eine deutliche Steigerung der Binnennachfrage und Konsumausgaben in Deutschland sind derzeit nicht in Sicht. Diese Einschätzung dürfte gleichermaßen auch für den übrigen Euroraum und damit für sämtliche Kernmärkte des MEDION-Konzerns gelten.

Die Wachstumsmärkte in Osteuropa bieten zunehmende Chancen auch für MEDION. Allerdings ist dort die Kaufkraft in breiten Bevölkerungsschichten noch relativ gering und die Handelsstrukturen noch nicht flächendeckend entwickelt. Damit weisen diese Märkte zurzeit noch keine Strukturen für ein erfolgreiches Aktionsgeschäft mit großen Stückzahlen und effizienten Logistikstrukturen im Rahmen des MEDION-Geschäftsmodells auf. MEDION ist jedoch bereits seit einiger Zeit in engem Kontakt mit den sich dort entwickelnden potentiellen Marktpartnern, um sich in diesen Märkten ergebende Chancen zu nutzen.

**Marktentwicklung im Bereich der Consumer-Electronics**

Für den Markt der klassischen Unterhaltungselektronik in Deutschland wird nach Einschätzung der Marktforscher der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) ein weiteres Wachstum erwartet; in 2005 betrug das Wachstum rd. 13 %. Moderne Produkte der Unterhaltungselektronik stehen für Lifestyle, Erlebnis und Innovation. Sie genießen bei den Kunden eine hohe Wertschätzung, machen Spaß und bieten hohen Nutzen. Damit sind Produkte der Consumer-

## 5.9.1 Konjunktur

Electronics attraktiv und faszinierend. Vor dem Hintergrund einiger Highlights im Jahr 2006, angefangen bei den Olympischen Winterspielen und insbesondere durch die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland sind die Marktforscher für 2006 positiv gestimmt.

Im Markt für PC/Multimedia wird sich jedoch voraussichtlich die gegenüber der Unterhaltungselektronik verhaltenere Entwicklung fortsetzen. Mobile Geräte werden weiterhin zulegen. Die Innovationen in den Anwendungsfeldern des PCs und die zunehmende Anzahl von immer komplexeren Computerviren verlangen neue und sichere Systeme. Zusätzliche Nachfrage wird aus der für das vierte Quartal 2006 avisierten Markteinführung des neuen Microsoft-Betriebssystems für Personal Computer „VISTA“ erwartet. Die neue Software ermöglicht höhere Sicherheit und Zuverlässigkeit des PCs, einfache Multimedia-Anwendungen für den Nutzer sowie direkte Verbindungen zu allen wichtigen Informationen und Services.

## 5.9.2 Unternehmensentwicklung

**Kostenmanagement und Fokussierung auf nachhaltige Verbesserung der Ertragskraft**

MEDION hat in einem strukturierten Prozess Ende 2005 die Ursachen der rückläufigen Ertragskraft analysiert und weit reichende Maßnahmen ergriffen, um den Trend steigender Prozesskosten im Produktmanagement, Vertrieb und After-Sales-Bereich bei rückläufigen Roherträgen zu stoppen und umzukehren.

Kern des Maßnahmenpaketes sind eine gezielte Reduktion des Produktportfolios auf eine profitablere Umsatzbasis und eine Komplexitätsreduktion im Produktmanagement und Vertrieb. Die zu hohe Anzahl von Produktgruppen mit geringen Umsatz- und Deckungsbeitragspotentialen und das in einigen Vertriebsbereichen bei geringen Losgrößen zu transaktionsintensive Geschäft führt insbesondere in den Funktionsbereichen Produktmanagement/Evaluierung, Vertrieb sowie im After-Sales-Service zu unwirtschaftlichen Kostenstrukturen. Die Analyse hat gezeigt, dass die Kosten durch Aufgabe eines Umsatzanteiles von rd. 20-25 % in den Randbereichen des Sortiments gegenüber den damit erzielten Roherträgen mittelfristig deutlich überproportional reduziert werden können. Die Strukturbereinigung in diesen Bereichen ist konkretisiert und in Umsetzung.

Ein zweiter wesentlicher Baustein des Maßnahmenpaketes sind Konzepte zur Kostenbegrenzung im After-Sales-Service und Retourenmanagement, die in enger Zusammenarbeit mit den Kunden erarbeitet wurden und über die mittlerweile entsprechende Vereinbarungen getroffen wurden.
Die aus den getroffenen Maßnahmen erwarteten Einspareffekte werden sich aufgrund des insbe-

sondere im Bereich der Service- und After-Sales-Kosten typischen zeitlichen Nachlaufes erst über eine längere Zeitperiode einstellen und in 2006 ab dem zweiten Halbjahr und damit noch nicht in voller Höhe wirksam werden.

**Konsequenter Ausbau der Marktposition als führender Technologieintegrator**

Parallel zu den auf Effizienzsteigerung und Kostensenkung gerichteten Maßnahmen hat MEDION seine Stärken im operativen Geschäft gewahrt und die Stellung als Preis-Leistungs-Führer im Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics in Deutschland bestätigt. MEDION-Notebooks und PCs erreichen in den Test- und Marktübersichten nationaler und internationaler Computermagazine aufgrund ihrer herausragenden Funktionalität bei bestem Preis-Leistungs-Verhältnis regelmäßig erste Plätze und sind bei den Endkunden erste Wahl. Im Wachstumsmarkt für TFT/LCD- und Plasma-Fernseher hat sich MEDION sehr erfolgreich als Alternative zu anderen Markenherstellern platziert. Dabei hat MEDION durch die äußerst positiv verlaufene Markteinführung neuer Dienstleistungen und Produkte im Bereich digitaler Inhalte wie Musik-Download, Foto-Service und Mobilfunk erneut seine Führungsposition und Kompetenz bei der Integration neuer, anwendungsfreundlicher Technologien in den Massenmarkt bewiesen.

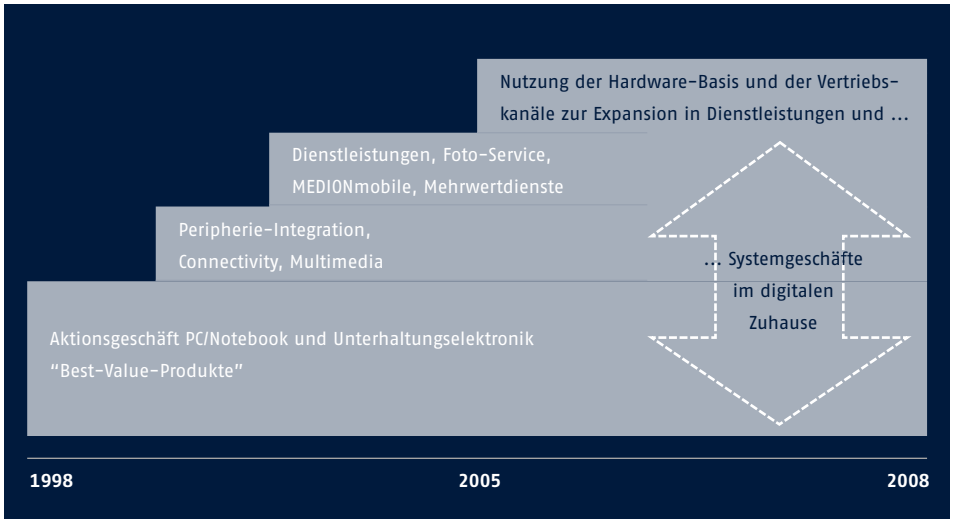
Auf der Internationalen Funkausstellung im September 2005 hat MEDION Lösungen zur Weiterentwicklung des „Digitalen Zuhause" gezeigt. Wesentlicher Bestandteil ist ein Entertainment-PC, auf dem Musik, Videos oder Fotos digital gespeichert sowie verarbeitet werden können und mit dem andere Geräte der Unterhaltungselektronik wie Fernseher, HiFi-Anlage, MP3-Player und Digitalkamera verbunden werden und mit einer einheitlichen Bedieneroberfläche integriert sind. Diese Funktionen erfordern neueste Prozessortechnologie, der PC bietet die Empfangsmöglichkeit digitaler TV-Programme und schafft mit einer schnelleren Grafikverarbeitung die Voraussetzung für brillantere Bilder und Farben.

MEDION wird auch in Zukunft sein Geschäftsmodell konsequent weiter entwickeln. Dabei sind das strategische Ziel und die Entwicklungsschritte im Rahmen des Trends zur Digitalisierung und der Integration der Informations- und Unterhaltungsmedien in das „Digitale Zuhause" klar erkennbar:

**MEDION will der führende Anbieter für das „Digitale Zuhause" im Massenmarkt in Deutschland und Europa sein.**

## 5.9.3 Weiterentwicklung Geschäftsmodell

Wesentlicher Baustein auf diesem Weg ist – auch im Interesse der Kunden und Partner im Markt – der weitere Ausbau der Marke MEDION als Inbegriff für Produkte und Dienstleistungen mit bestem Preis-Leistungs-Verhältnis. Hierzu kommt die Erweiterung des Angebotes mit zusätzlichen Dienstleistungen, wie sie mit dem Foto-Service und dem Einstieg in das Mobilfunkgeschäft als Service-Dienstleister in 2005 bereits erfolgreich begonnen wurde. Auch die direkte Vermarktung von Produkten über die Plattform www.medion.de wird in 2006 ausgebaut werden.




**Internationalisierung des Geschäfts**

Die Auslandsumsätze haben sich in 2005 aufgrund des sehr vorsichtigen Orderverhaltens der Kunden im Euroraum und der Neuausrichtung der Aktivitäten in Amerika um rd. 23 % verringert. Damit machten die Auslandsumsätze in 2005 32,8 % des Umsatzes aus.

Neben der nun auch auf einigen der MEDION-Hauptmärkte in Europa wie England, den Niederlanden oder Italien herrschenden zurückhaltenden Konsumneigung haben folgende Faktoren zu den insbesondere im vierten Quartal verminderten Umsätzen geführt. Aufgrund der im Vergleich zum Inland höheren Logistik- und After-Sales-Kosten waren die Auslandsumsätze überproportional von den ersten Portfoliobereinigungen im Bereich Haushaltselektronik und Standardprodukte der Unterhaltungselektronik im Einstiegspreisbereich betroffen. Darüber hinaus hat sich die Anfang 2005 in beiderseitigem Einvernehmen beendigte Partnerschaft mit Hewlett-Packard im Bereich der Fertigung und Vermarktung von Desktop-PCs belastend auf die Auslandsumsätze ausgewirkt.

Demgegenüber führen die im Inland im vierten Quartal bereits erfolgreich eingeführten neuen Produkte erst mit einem Zeitverzug zu multinationalen Aufträgen der deutschen Kunden und es kam aufgrund der hohen Auslastung im Inlandsgeschäft im bereits verschlankten Produktmanagement zu zeitlich begrenzten Engpässen, die sich ebenfalls dämpfend auf die Auslandsumsätze auswirkten.

MEDION verfügt im Euroraum über eine flächendeckende Präsenz mit Vertriebs- und Service-Einheiten. MEDION-Produkte überzeugen auch im europäischen Ausland durch beste Testergebnisse und die Marke MEDION wird zunehmend bekannter. Dies sind gute Voraussetzungen, das Geschäft im Euroraum bei einer anziehenden Nachfrage wieder zu intensivieren. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Margendrucks wird MEDION dabei jedoch vorsichtig agieren und nur solche Geschäfte forcieren, die unter Berücksichtigung der Service- und Nachlaufkosten ausreichend profitabel sind.

Im Bereich hochwertiger und innovativer Produkte und der in Deutschland bereits erfolgreich eingeführten neuen Dienstleistungen bestehen gute Chancen, diese auch im Ausland erfolgreich zu vermarkten. Mittelfristig verfolgt MEDION das Ziel, im Euroraum wieder rund 40 % des Umsatzes zu erwirtschaften und zusätzlich die sich im osteuropäischen Markt ergebenden Potentiale auszuschöpfen.

# 5.9.4 Ausblick 2006

- UMSATZ 2006: € 2,0 MRD.
- STABILISIERUNG DER ROHERTRAGSMARGE
- ANPASSUNG DER KOSTENSTRUKTUR

**Ausblick auf die Geschäftsentwicklung im Jahr 2006**

Die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung von MEDION als einem führenden Anbieter von Produkten im Bereich PC/Multimedia und Unterhaltungselektronik im Massenmarkt hängen in besonderem Maße davon ab, wie sich der konjunkturelle Rahmen und die Konsumneigung der Verbraucher in Deutschland und im Euroraum entwickelt. Aufgrund der verhaltenen Prognosen für die Entwicklung der Konsumausgaben in Deutschland und in Europa geht der Vorstand unter der Annahme in etwa gleich bleibender Währungsparitäten davon aus, dass sich der Trend eines vorsichtigen Bestellverhaltens der MEDION-Kunden und der Preisverfall im Bereich PC/Multimedia weiter fortsetzen. Zusammen mit den Effekten aus der Bereinigung des Produktportfolios rechnet der Vorstand damit, dass sich die Umsätze in 2006 um gut 20 % auf ein Niveau von rd. € 2,0 Mrd. ermäßigen. Dies zeichnet sich auch bereits bei den Umsätzen des ersten Quartals ab, die nach den derzeitigen Erkenntnissen ebenfalls in der genannten Größenordnung unter Vorjahr liegen.

Die Margen werden bei der schwachen Konsumentwicklung allgemein weiter unter Druck stehen. Jedoch werden sich durch die getroffenen Maßnahmen zur Bereinigung des Produktportfolios und zur Verbesserung der Kosten für After-Sales-Service und Retouren positive Effekte ergeben, so dass sich die Marge von 9,5 % in 2005 stabilisieren sollte und darüber hinaus Chancen auf eine Verbesserung in Richtung 10 % bestehen. Der Rohertrag wird aufgrund der bewusst in Kauf genommenen Umsatzrückgänge das Niveau von 2005 voraussichtlich nicht erreichen. Dem stehen mit zeitlichem Nachlauf zunehmende Kosteneinsparungen im Bereich der Personal- und bei den Vertriebs-, Service- und After-Sales-Aufwendungen gegenüber, so dass ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern mindestens auf Vorjahresniveau und zwischen 1,0 bis 1,5 % des Umsatzes in 2006 erwartet wird.

Der Vorstand ist zuversichtlich, dass die Maßnahmen zur Anpassung der Kostenstruktur im erwarteten Maße greifen. Es wird erwartet, dass die Maßnahmen zur Kostensenkung ab dem zweiten Halbjahr 2006 zunehmend zum Tragen kommen und damit die Ertragskraft insbesondere für die Folgejahre ab 2007 wieder gesteigert werden kann. Der MEDION-Konzern hat auf der Basis der unverändert guten Kundenbeziehungen und der Innovationskraft und Kreativität seiner Mitarbeiter gute Aussichten, in einem positiveren konjunkturellen Umfeld wieder Umsatz- und Ergebniszuwächse erzielen zu können.

MEDION
TMC
12m
AN

## Der Fluss in jedem Verkehr...

Was hilft das beste Navigationssystem, wenn Sie doch im Stau landen? Wenig. Deshalb haben wir das erste portable MEDION-Navigationsgerät mit eingebautem TMC-Empfänger (Traffic Message Channel) in 2005 auf den Markt gebracht. Das heißt, der PNA260T erfährt via UKW von Staus und rechnet eine Route aus, um den Stau zu umfahren.

So kommen Sie fließend durch jeden Verkehr.

# 6 MEDION-Aktie

Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2005

Dividende

Compliance

Investor Relations

Hauptversammlung

# 6 MEDION-Aktie

- AKTIENKURS DURCH KONSUMSCHWÄCHE UND ERTRAGSRÜCKGANG BELASTET
- STABILER AKTIONÄRSKREIS
- COMPLIANCE-GRUNDSÄTZE UMGESETZT

**Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2005**

Die Börsen in Europa profitierten von niedrigen Zinsen, hoher Liquidität und sich verbessernden Konjunkturaussichten. Die nicht zufrieden stellende Kursentwicklung der MEDION-Aktie war in 2005 geprägt von den Berichten über ein nach wie vor nicht positives Konsumumfeld und der Reaktion des Kapitalmarktes auf die Veröffentlichung von Unternehmenszahlen. Damit war die Kursentwicklung unterproportional zu der in den Indices DAX, MDAX und SDAX. Mit Vorlage des MEDION-Geschäftsberichtes 2004 und Bekanntgabe eines bei Umsatz und Ergebnis deutlich unter Vorjahr liegenden ersten Quartals im März 2005 fiel der Aktienkurs auf € 11. Auf diesem Niveau verblieb er bis nach der Hauptversammlung am 12. Mai 2005. Verbesserte Konsumhoffnungen im Einzelhandel bescherten dann der MEDION-Aktie einen 20-prozentigen Kursanstieg auf über € 13. Dieses Niveau konnte nach der Bundestagswahl nicht gehalten werden und die Aktie tendierte seitwärts in einer Bandbreite zwischen € 11 und € 12,50.

Mit Vorlage des Quartalsberichtes für die Zeit vom 1. Januar 2005 bis zum 30. September 2005 am 10. November 2005 wies das MEDION-Management darauf hin, dass im Jahresabschluss 2005 nach Ende des Geschäftsjahres die Notwendigkeit zur Buchung von Restrukturierungsaufwendungen entstehen könnte.

Ausschlaggebend dafür war die Erkenntnis, dass das Produktportfolio sowie die dazugehörigen Auftrags- und Service-Strukturen hinsichtlich Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung zu überprüfen sind. Am 6. Januar 2006 veröffentlichte MEDION die vorläufigen Zahlen zu Umsatz und EBIT in 2005. Der Aktienkurs gab daraufhin bis auf das Niveau von nur noch knapp über € 10 nach. Auch die im Januar 2006 von vielen Marktteilnehmern geäußerte Ansicht, dass die MEDION-Aktie vom MDAX in den SDAX umgestuft werde, hat den Kurs zeitweise belastet. Im Zuge vermehrter positiver Berichte über die erwartete Belebung des Konsums in Deutschland stieg der Kurs der MEDION-Aktie bei guten Umsätzen bis auf über € 12 im Februar 2006 an.

Positiv ist die Tatsache, dass namhafte und langfristig orientierte Aktienfonds aus dem Ausland die Kursschwäche für günstige Anschaffungen genutzt und auf diese Weise in 2005 und Anfang 2006 meldepflichtige Aktienpakete von mehr als 5 % aufgebaut haben. Des Weiteren weist die MEDION-Aktie selbst nach der im Verhältnis zum Gewinnrückgang unterproportionalen Dividendensenkung von € 0,55 auf € 0,19 je Aktie immer noch eine befriedigende Dividendenrendite auf.
Entscheidend für die weitere Aktienkursentwicklung sind die Perspektiven der folgenden Jahre. Von dem Geschäftskonzept, der Innovationskraft sowie den flexiblen Strukturen sieht sich MEDION gut aufgestellt. Ziel muss es sein, in Zukunft die Kostenstrukturen wieder zu verbessern sowie die Potentiale im Ausland auszuschöpfen. Eine Wende zum Besseren im deutschen Konsum würde zusätzliche Unterstützung bieten. Auch neue Service- und Dienstleistungsangebote, beispielsweise beim Ende Dezember 2005 vollzogenen Einstieg in das Mobilfunkgeschäft könnten stärkeres Interesse an der Aktie hervorrufen.

**Dividende von € 0,19 pro Aktie**

Der Konzernjahresüberschuss beträgt € 9,2 Mio. nach € 48,8 Mio. im Vorjahr.

Aufsichtsrat und Vorstand werden der Hauptversammlung am 12. Mai 2006 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2005 eine Dividende in Höhe von € 0,19 pro Aktie auszuschütten.

**Compliance**

Mit In-Kraft-Treten des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes und Vorlage eines ausführlichen Emittentenleitfadens durch die BaFin hat das Thema Compliance nochmals an Bedeutung gewonnen. MEDION hat sich frühzeitig darauf eingestellt und in 2005 alle potentiell betroffenen Mitarbeiter über die neue Rechtslage schriftlich informiert. Das firmeninterne Intranet gibt allen Mitarbeitern Zugang zu weiterführenden Informationen und bietet eine aktuelle Präsentation mit Verhaltensempfehlungen zum richtigen Umgang mit Geschäftsgeheimnissen.

Der Compliance-Ausschuss besteht aus dem Finanzvorstand und jeweils einem Vertreter aus der Personalabteilung und von Investor Relations. Die vorgeschriebenen Insider-Verzeichnisse werden in schriftlicher und elektronischer Form geführt. Alle relevanten Presseerklärungen des Unternehmens, auch zu Produkten und Marktentwicklungen, werden vor Veröffentlichung auf ihre Kapitalmarktrelevanz geprüft.

**Investor Relations**

Besonders in schwierigen Zeiten kommt der Kommunikation mit den Finanzmärkten eine hohe Bedeutung zu. Alle Veröffentlichungstermine von Quartalsberichten werden von ausführlichen englischsprachigen Telefonkonferenzen begleitet, an denen in 2005 sowohl der Vorstandsvorsitzende als auch der Finanzvorstand teilgenommen haben. Präsentationen bei großen Kapitalmarkt-Konferenzen und ausgewählten Veranstaltungen, zum Beispiel zu den Themen Einzelhandel und Konsum, wurden vom Vorstand wahrgenommen.

Gerade in Zeiten, in denen der Geschäftsverlauf hinter den ursprünglichen Erwartungen zurückbleibt, erwartet der Kapitalmarkt eine offene und detaillierte Kommunikation, um das Vertrauen in den langfristigen Unternehmenserfolg aufrecht zu halten. Die MEDION-Aktie wird von den Analysten von ca. 20 Investmenthäusern im Rahmen ihres Aktien-Research aktiv betreut und analysiert. Hinzu kommen noch direkte Kontakte zu einer Vielzahl international aufgestellter institutioneller Investoren.

# 6 MEDION-Aktie

**Hauptversammlung**

Die Hauptversammlung am 12. Mai 2005 hat den Vorstand ermächtigt, eigene Aktien bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Von dieser Ermächtigung hat der Vorstand im Geschäftsjahr 2005 keinen Gebrauch gemacht. Neben den anderen Tagesordnungspunkten wurde eine Dividende von € 0,55 je Stückaktie für das Geschäftsjahr 2004 beschlossen. Die Gesellschaft hat auf der Hauptversammlung einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter angeboten. Alle Tagesordnungspunkte wurden mit großer Mehrheit angenommen.

KENNZAHLEN ZUR AKTIE 2005

| | |
|---|---|
| Volumen pro Tag, Börsenumsatz in Stück | 190.000 |
| Volatilität | 36 % |
| Höchstkurs | € 17,00 |
| Tiefstkurs | € 10,50 |

001
0:00:49
I Like Birds
Eels
OK

## Die Größe des Hörens...

Je mehr Musik Sie in Ihren MP3-Player laden können, um so wichtiger wird das Display. Der MD80960 hat ein extra großes invertiertes LCD-Display, damit Sie schnell und komfortabel, den Song finden, den Sie gerade hören wollen.
Immerhin haben Sie beim MD80960 die große Auswahl dank 2 GB eingebautem Speicher für bis zu 64 Stunden Musik plus SD/MMC-Kartenslot zur Speichererweiterung.

Da wird der Hörgenuss groß.

# 7 Konzernabschluss der MEDION AG


7.1 Ausgewählte Kennzahlen

7.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

7.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

7.4 Konzernbilanz

7.5 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

7.6 Segmentbericht

7.7 Konzernanlagenspiegel

# 7.1 Ausgewählte Kennzahlen

| Werte in Mio.€ | 01.01. – 31.12.2005 | 01.01. – 31.12.2004 |
|---|---|---|
| **Umsatz** | **2.527** | **2.624** |
| –Inland | 1.699 | 1.549 |
| –Ausland | 828 | 1.075 |
| Umsatzaufteilung nach Geschäftsbereichen | | |
| –PC/Multimedia | 1.799 | 1.919 |
| –Unterhaltungs- und Haushaltselektronik | 632 | 642 |
| –Kommunikationstechnik | 96 | 63 |
| **EBIT** | **22,0** | ***88,2** |
| Jahresüberschuss | 9,2 | *48,8 |
| Bilanzsumme | 829 | 867 |
| **Eigenkapitalquote** | **53,25 %** | **52,60 %** |
| Abschreibungen | 8,5 | 7,0 |
| Mitarbeiter | 1.551 | 1.426 |
| Personalaufwand | 59,9 | *62,7 |
| **Aktienbezogene Daten** | | |
| Grundkapital | € 48.418.400 | |
| Genehmigtes Kapital | € 10.000.000 | |
| Ergebnis je Aktie (in €) | 0,19 | *1,01 |

*Änderungen Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 7.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

| Werte in T€ | Anmerkung im Anhang | 01.01.-31.12.2005 | 01.01.-31.12.2004 |
|---|---|---|---|
| 1. Umsatzerlöse | (19) | 2.526.668 | 2.624.108 |
| 2. Sonstige betriebliche Erträge | (20) | 9.946 | 13.569 |
| 3. Materialaufwand | (21) | 2.285.715 | 2.360.439 |
| 4. Personalaufwand | (22) | 59.903 | *62.658 |
| 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | | 8.476 | 7.041 |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen | (23) | 139.992 | 119.386 |
| 7. Restrukturierungsaufwand | (24) | 20.513 | 0 |
| **8. Betriebsergebnis (EBIT)** | | **22.015** | ***88.153** |
| 9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | (25) | 2.263 | 1.118 |
| 10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | (25) | 6.391 | 5.323 |
| **11. Ergebnis vor Steuern (EBT)** | | **17.887** | ***83.948** |
| 12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | (26) | 8.567 | 35.106 |
| 13. Sonstige Steuern | | 120 | 57 |
| **14. Konzernjahresüberschuss** | | **9.200** | ***48.785** |
| Ergebnis je Aktie in € (unverwässert) | | 0,19 | *1,01 |
| Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert) | | 48.418.400 | 48.418.400 |
| Ergebnis je Aktie in € (verwässert) | | 0,19 | *1,01 |
| Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert) | | 48.418.400 | 48.418.400 |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 7.3 Konzern-Kapitalflussrechnung

| Werte in T€ | | | 01.01.–31.12.2005 | 01.01.–31.12.2004 |
|---|---|---|---|---|
| **1.** | | **Betriebsergebnis (EBIT)** | **22.015** | ***88.153** |
| 2. | +/– | Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens | 8.476 | 7.041 |
| 3. | +/– | Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen | 462 | 242 |
| | | **Brutto Cashflow** | **30.953** | ***95.436** |
| 4. | –/+ | Abnahme/Zunahme der übrigen Rückstellungen | 15.966 | –30.152 |
| 5. | –/+ | Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | 90.985 | 141.013 |
| 6. | –/+ | Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind | –30.455 | *–87.414 |
| 7. | – | Auszahlungen für Ertragsteuern | –22.591 | –53.875 |
| **8.** | **=** | **Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 7)** | **84.858** | **65.008** |
| 9. | + | Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens sowie Tilgung von Ausleihungen | 377 | 680 |
| 10. | – | Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen | –12.865 | –20.407 |
| **11.** | **=** | **Cashflow aus der Investitionstätigkeit (Summe aus 9 und 10)** | **–12.488** | **–19.727** |
| 12. | – | Auszahlungen für Dividende | –26.630 | –33.892 |
| 13. | + | Erhaltene Zinsen | 2.263 | 1.118 |
| 14. | – | Auszahlungen für Zinsen | –7.808 | –5.323 |
| 15. | – | Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-)Krediten | –883 | –768 |
| **16.** | **=** | **Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Summe aus 12 bis 15)** | **–33.058** | **–38.865** |
| 17. | | Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 8, 11, 16) | 39.312 | 6.416 |
| 18. | +/– | Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds | 416 | –275 |
| 19. | + | Finanzmittelfonds am Anfang der Periode | 87.398 | 81.257 |
| **20.** | **=** | **Finanzmittelfonds am Ende der Periode (Summe aus 17 bis 19)** | **127.126** | **87.398** |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 7.4 Konzernbilanz

| Aktiva<br>Werte in T€ | Anmerkung im Anhang | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|---|
| **Kurzfristige Vermögensgegenstände** | | | |
| Liquide Mittel | (1) | 127.126 | 87.398 |
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | (2) | 350.738 | 411.316 |
| Vorräte | (3) | 246.279 | 277.985 |
| Latente Steuern | (10) | 0 | 657 |
| Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten | (2, 4) | 50.925 | 40.274 |
| **Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt** | | **775.068** | **817.630** |
| **Langfristige Vermögensgegenstände** | | | |
| Sachanlagevermögen | (5) | 37.055 | 30.879 |
| Immaterielle Vermögensgegenstände | (6) | 9.378 | 11.460 |
| Geschäfts- und Firmenwert | (7) | 194 | 194 |
| Finanzanlagen | (8) | 2.827 | 2.717 |
| Ausleihungen | (9) | 261 | 415 |
| Latente Steuern | (10) | 3.794 | 3.477 |
| Sonstige langfristige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten | (11) | 73 | 157 |
| **Langfristige Vermögensgegenstände, gesamt** | | **53.582** | **49.299** |
| **Aktiva, gesamt** | | **828.650** | **866.929** |

| Passiva<br>Werte in T€ | Anmerkung im Anhang | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|---|
| **Kurzfristige Verbindlichkeiten** | | | |
| Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen | (12) | 292 | 721 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | (12) | 237.888 | 276.818 |
| Steuerrückstellungen | (10, 13) | 593 | 7.029 |
| Sonstige Rückstellungen | (14) | 124.178 | 108.019 |
| Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten | (12) | 21.248 | 15.085 |
| **Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt** | | **384.199** | **407.672** |
| **Langfristige Verbindlichkeiten** | | | |
| Anleihen | (15) | 947 | 1.171 |
| Langfristige Darlehen | (16) | 356 | 586 |
| Pensionsrückstellungen | (17) | 1.924 | 1.462 |
| **Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt** | | **3.227** | **3.219** |
| **Eigenkapital** | (18) | | |
| Gezeichnetes Kapital | | 48.418 | 48.418 |
| – Bedingtes Kapital: T€ 21.982 (Vorjahr: T€ 21.982) | | | |
| – Genehmigtes Kapital: T€ 10.000 (Vorjahr: T€ 10.000) | | | |
| Kapitalrücklage | | 141.665 | *140.745 |
| Gewinnrücklagen | | 242.742 | *241.499 |
| Bilanzgewinn | | 9.200 | 26.630 |
| Währungsumrechnungsdifferenzen | | -801 | -1.254 |
| **Eigenkapital, gesamt** | | **441.224** | **456.038** |
| **Passiva, gesamt** | | **828.650** | **866.929** |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

## 7.5 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

| Werte in T€ | Gezeichnetes Kapital | Kapital-rücklage | Gewinn-rücklagen* | Bilanz-gewinn | Währungs-umrechnungs-differenzen | Gesamt |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Stand am 1. Januar 2005** | **48.418** | ****140.745** | ****241.499** | **26.630** | **-1.254** | **456.038** |
| Erfolgsneutrale Veränderungen | | | | | | |
| Veränderungen der Währungs-umrechnungsdifferenzen | 0 | 0 | 0 | 0 | 453 | 453 |
| Einstellung in die Bewertungs-rücklage gem. IAS 39 | 0 | 0 | 1.243 | 0 | 0 | 1.243 |
| Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2004 | 0 | 0 | 0 | -26.630 | 0 | -26.630 |
| Bewertung share-based payments nach IFRS 2 für 2005 | 0 | 920 | 0 | 0 | 0 | 920 |
| Konzernergebnis | 0 | 0 | 0 | 9.200 | 0 | 9.200 |
| **Stand am 31. Dezember 2005** | **48.418** | **141.665** | **242.742** | **9.200** | **-801** | **441.224** |
| | | | | | | |
| **Stand am 1. Januar 2004 - alt** | **48.418** | **138.324** | **202.067** | **51.253** | **-950** | **439.112** |
| Veränderungen aus Erstanwendung IFRS 2 | 0 | 484 | -484 | 0 | 0 | 0 |
| **Stand am 1. Januar 2004 - neu** | **48.418** | **138.808** | **201.583** | **51.253** | **-950** | **439.112** |
| Erfolgsneutrale Veränderungen | | | | | | |
| Veränderungen der Währungs-umrechnungsdifferenzen | 0 | 0 | 0 | 0 | -304 | -304 |
| Einstellung in die Gewinnrücklagen | 0 | 0 | 18.288 | - 18.288 | 0 | 0 |
| Einstellung in die Bewertungsrücklage gem. IAS 39 | 0 | 0 | 400 | 0 | 0 | 400 |
| Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2003 | 0 | 0 | 0 | -33.892 | 0 | -33.892 |
| Bewertung share-based payments nach IFRS 2 für 2004 | 0 | 1.937 | 0 | 0 | 0 | 1.937 |
| Konzernergebnis nach Anpassung IFRS 2 | 0 | 0 | **21.228 | 27.557 | 0 | **48.785 |
| **Stand am 31. Dezember 2004** | **48.418** | **140.745** | **241.499** | **26.630** | **-1.254** | **456.038** |

*davon nach § 218 Satz 2 AktG: T€ 0 (Vorjahr: T€ 368)

**Änderung aufgrund Erstanwendung IFRS 2

## 7.6 Segmentbericht

| Werte in T€ | 2005 Deutschland | 2004 Deutschland | 2005 Europa | 2004 Europa | 2005 Amerika | 2004 Amerika | 2005 Übriges Ausland/Konsolidierung | 2004 Übriges Ausland/Konsolidierung | 2005 Konzern | 2004 Konzern |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Außenumsätze (netto) | 1.698.782 | 1.548.682 | 768.944 | 978.237 | 24.722 | 46.430 | 34.220 | 50.759 | 2.526.668 | 2.624.108 |
| Innenumsätze (netto) | 51.305 | 60.948 | 22.404 | 21.275 | 6.180 | 702 | -79.889 | -82.925 | 0 | 0 |
| **Umsatzerlöse (netto)** | **1.750.087** | **1.609.630** | **791.348** | **999.512** | **30.902** | **47.132** | **-45.669** | **-32.166** | **2.526.668** | **2.624.108** |
| **EBIT** | **13.018** | ***53.137** | **13.908** | **39.733** | **-3.599** | **-1.994** | **-1.312** | **-2.723** | **22.015** | ***88.153** |
| Brutto Cashflow | 19.762 | *58.462 | 15.935 | 41.135 | -3.437 | -1.827 | -1.307 | -2.334 | 30.953 | *95.436 |
| Segmentvermögen | 545.836 | 532.772 | 274.174 | 317.500 | 16.008 | 15.669 | -7.368 | 988 | 828.650 | 866.929 |
| Segmentschulden | 284.617 | 262.745 | 104.836 | 146.632 | 7.540 | 6.280 | -9.567 | -4.766 | 387.426 | 410.891 |
| Investitionen | 9.646 | 15.506 | 2.869 | 4.381 | 174 | 433 | 176 | 87 | 12.865 | 20.407 |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

# 7.7 Konzernanlagenspiegel

| Werte in T€ | Stand 01.01.2005 | Zugänge | Abgänge | Umbuchung | Differenz aus Währungs-umrechnung | Stand 31.12.2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Anschaffungskosten | | | | | |
| Grundstücke und Bauten | 23.461 | 1.764 | 3 | 307 | 0 | 25.529 |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 19.744 | 2.663 | 798 | 205 | 61 | 21.875 |
| Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 750 | 6.416 | 0 | -307 | 0 | 6.859 |
| **Sachanlagevermögen** | **43.955** | **10.843** | **801** | **205** | **61** | **54.263** |
| Lizenzen | 1.880 | 1.299 | 54 | 0 | 5 | 3.130 |
| EDV-Software | 15.130 | 607 | 0 | 137 | 1 | 15.875 |
| Geleistete Anzahlungen | 413 | 6 | 0 | -342 | 0 | 77 |
| **Immaterielle Vermögensgegenstände** | **17.423** | **1.912** | **54** | **-205** | **6** | **19.082** |
| **Geschäfts- und Firmenwert** | **516** | **0** | **0** | **0** | **0** | **516** |
| Anteile an verbundenen Unternehmen | 3 | 110 | 0 | 0 | 0 | 113 |
| Geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen | 2.714 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.714 |
| **Finanzanlagen** | **2.717** | **110** | **0** | **0** | **0** | **2.827** |
| **Ausleihungen** | **415** | **0** | **154** | **0** | **0** | **261** |
| | **65.026** | **12.865** | **1.009** | **0** | **67** | **76.949** |

## 7.7 Konzernanlagenspiegel

| Stand 01.01.2005 | Zugänge | Abgänge | Umbuchung | Differenz aus Währungs-umrechnung | Stand 31.12.2005 | Stand 31.12.2005 | Stand 31.12.2004 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Abschreibungen | | | | | | Buchwerte | |
| 2.873 | 875 | 0 | 0 | 0 | 3.748 | 21.781 | 20.588 |
| 10.203 | 3.822 | 589 | 0 | 24 | 13.460 | 8.415 | 9.541 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6.859 | 750 |
| **13.076** | **4.697** | **589** | **0** | **24** | **17.208** | **37.055** | **30.879** |
| 327 | 583 | 43 | 0 | 6 | 873 | 2.257 | 1.553 |
| 5.635 | 3.195 | 0 | 0 | -1 | 8.829 | 7.046 | 9.495 |
| 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 75 | 412 |
| **5.963** | **3.779** | **43** | **0** | **5** | **9.704** | **9.378** | **11.460** |
| **322** | **0** | **0** | **0** | **0** | **322** | **194** | **194** |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 113 | 3 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.714 | 2.714 |
| **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **2.827** | **2.717** |
| **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **261** | **415** |
| **19.361** | **8.476** | **632** | **0** | **29** | **27.234** | **49.715** | **45.665** |

# 8 Konzernanhang


**8.1 Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss** 101

8.1.1 Aufstellungsgrundsätze
8.1.2 Konsolidierungskreis
8.1.3 Konsolidierungsmethoden
8.1.4 Grundsätze der Währungsumrechnung

**8.2 Erläuterungen zu den Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung** 105

8.2.1 Angaben zur Bilanz
8.2.2 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

**8.3 Ergänzende Angaben** 122

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 Management der Währungsrisiken
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
8.3.11 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

# Konzernanhang der MEDION AG

## Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss

### 8.1.1 Aufstellungsgrundsätze

Die MEDION AG ist eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in Essen. Das zuständige Registergericht befindet sich ebenfalls in Essen.

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 ergänzenden Vorschriften nach § 315 a Abs. 1 HGB erstellt. Zur Anwendung kamen alle für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2005 verpflichtenden Standards und Interpretationen des IASB, die von der EU übernommen wurden. Der IASB hat im August 2005 den IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht, der zu einer grundlegenden Umstrukturierung der Offenlegungsverpflichtungen für Finanzinstrumente führen wird. Der Standard gilt ab dem 1. Januar 2007 und wird nicht vorzeitig angewendet.

Für die aktienbasierten Vergütungssysteme wurden für die Erstanwendung von IFRS 2 die Werte aus 2004 entsprechend angepasst. Der auf 2003 entfallende Betrag wurde direkt im Eigenkapital erfasst; für 2004 erfolgte die Anpassung ergebniswirksam über die Gewinn- und Verlustrechung. Soweit von Bedeutung, wird diese Anpassung bei den entsprechenden Anhangsangaben erläutert.

Die Vorjahresvergleichszahlen für die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen im übrigen dem geprüften Konzernabschluss zum 31. Dezember 2004.

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

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005 wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge wurden – soweit nicht anders dargestellt – in T€ angegeben.

# Konzernanhang der MEDION AG
## Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss

## 8.1.2 Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2005 wurden neben der Mutterunternehmung MEDION AG, Essen, folgende Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung nach der Erwerbsmethode (Buchwertmethode) einbezogen:

| Firma und Sitz | Stammkapital zum 31.12.2005 | Beteiligung | Erwerbszeitpunkt | Erste Einbeziehung in den Konzernabschluss |
|---|---|---|---|---|
| 1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen („AMS“) | € 25.000,00 | 100,00 % | Gründung 2002 | ab 1. Dezember 2002 |
| 2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr („MSG“) | € 25.000,00 | 100,00 % | Gründung 2004 | ab 1. September 2004 |
| 3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION France“) | € 150.000,00 | 100,00 % | Gründung 1998 | ab 1. Juli 1999 |
| 4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, United Kingdom („MEDION UK“) | £ 200.000,00 | 100,00 % | Gründung 1998 | ab 1. Juli 2000 |
| 5. MEDION NORDIC A/S, Skovlunde, Dänemark („MEDION Nordic“) | DKK 500.000,00 | 100,00 % | Erwerb 2002 | ab 1. Juli 2002 |
| 6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich („MEDION AT“) | € 50.000,00 | 100,00 % | Gründung 2002 | ab 1. Dezember 2002 |
| 7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande („MEDION NL“) | € 650.000,00 | 100,00 % | Gründung 2001 | ab 1. Juli 2001 |
| 8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien („MEDION Italia“) | € 30.000,00 | 100,00 % | Gründung 2002 | ab 1. Januar 2002 |
| 9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien („MEDION Iberia“) | € 5.000,00 | 100,00 % | Gründung 2001 | ab 1. Juli 2001 |
| 10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Schlieren, Schweiz („MEDION Schweiz“) | CHF 100.000,00 | 100,00 % | Gründung 2004 | ab 1. Februar 2004 |
| 11. MEDION USA, Inc., Delaware, USA („MEDION USA“) | US$ 10.100.000,00 | 100,00 % | Gründung 2001 | ab 1. April 2001 |
| 12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien („MEDION Australia“) | AU$ 10.000,00 | 100,00 % | Gründung 2003 | ab 1. November 2003 |
| 13. MEDION KOREA ELECTRONICS Yuhan Hoesa*, Seoul, Korea („MEDION Korea“) | KRW 120.000.000,00 | 100,00 % | Gründung 2004 | ab 1. Juli 2004 |

*liquidiert zum 31. August 2005

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

Im Rahmen der Neuausrichtung der internationalen Aktivitäten erfolgte bei der MEDION USA zum Ende des Berichtsjahres eine Anpassung und damit eine Reduktion der Organisation. Die bis dato unzureichende Realisierung der vormals geplanten Geschäftserfolge auf dem nordamerikanischen Markt machten diese Maßnahme notwendig.

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

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 zum 31. Dezember 2005. Überleitungen nach IFRS wurden von den jeweiligen Tochterunternehmen vorgelegt und von den 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 Kapitalkonsolidierung erfolgte gemäß IFRS 3 nach der Erwerbsmethode auf den jeweiligen Anschaffungszeitpunkt der Beteiligung. Soweit die Anschaffungswerte der Beteiligungen den Konzernanteil am so ermittelten Eigenkapital der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäftswerte (Goodwills). Deren Werthaltigkeit 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 Währungsdifferenzen 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 selbständige ausländische Teileinheit („Foreign Entity“) anzusehen. Die jeweilige Landeswährung stellt die funktionale Währung für die Geschäfte dieser Tochtergesellschaften dar.

Die Währungsumrechnung ist nach der sogenannten modifizierten Stichtagsmethode (IAS 21.39) durchgeführt worden. Dementsprechend wurden 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 Erträge und Aufwendungen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie das Jahresergebnis wurden aus Vereinfachungsgründen entsprechend IAS 21.40 mit dem Durchschnittskurs des Geschäftsjahres umgerechnet.

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

| | | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1€ = | Bilanz Mittelkurs am 31.12. | | GuV Durchschnittskurs | |
| Australien | AU$ | 1,6145 | 1,7489 | 1,6326 | 1,6893 |
| Dänemark | DKK | 7,4603 | 7,4385 | 7,4517 | 7,4399 |
| Großbritannien | £ | 0,687 | 0,7071 | 0,684 | 0,6787 |
| Korea | KRW | 1.191,00 | 1.412,29 | 1.265,82 | 1.415,45 |
| Schweiz | CHF | 1,5555 | 1,5437 | 1,5483 | 1,5442 |
| USA | US$ | 1,1834 | 1,364 | 1,2451 | 1,2434 |

Die bilanziellen Differenzen aus der Währungsumrechnung (T€ -801) resultieren aus Wechselkursdifferenzen bei MEDION USA (T€ -752) und MEDION UK (T€ -49). Sie wurden erfolgsneutral als gesonderter Posten im Konzerneigenkapital dargestellt.

## 8.2.1 Angaben zur Bilanz

**Kurzfristige Vermögensgegenstände**

(1) Die **liquiden Mittel** beinhalten Barmittel und Guthaben bei Kreditinstituten. Die Bewertung erfolgt zu Nennwerten; im Falle von Fremdwährungsposten zum Fair Value. Der Gesamtbestand der liquiden Mittel stimmt mit dem Finanzmittelfonds in der Kapitalflussrechnung überein.

(2) **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände** und **Rechnungsabgrenzungsposten** werden als finanzielle Vermögenswerte gemäß IAS 39.45 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet. Die Bewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen.
Bei den **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** in Höhe von T€ 350.738 (Vorjahr: T€ 411.316) werden erkennbare Ausfallrisiken und das allgemeine Kreditrisiko in Höhe von T€ 7.349 (Vorjahr: T€ 9.070) durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

(3) Die **Vorräte** betreffen im Wesentlichen bei fremden Lagerhaltern und Spediteuren gelagerte Handelswaren für größtenteils fest disponierte Projektaufträge, schwimmende Waren sowie Service- und Retourenwaren. Sie werden zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten angesetzt. 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.
Für retournierte Ware von Endverbrauchern wurden Bewertungsabschläge (T€ 35.118; Vorjahr: T€ 21.260) vorgenommen. Zudem erfolgten Abwertungen in bestimmten Warengruppen der Produktivbestände in Höhe von T€ 12.389 (Vorjahr: T€ 1.505).
Die Vorräte gliedern sich auf die umsatzbezogenen Bedarfsbereiche wie folgt auf:

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| PC/Multimedia | 179.596 | 229.117 |
| Unterhaltungs- und Haushaltselektronik | 55.073 | 40.231 |
| Kommunikationstechnik | 11.610 | 8.637 |
| | **246.279** | **277.985** |

(4) Die **sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten** setzen sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| Ausstehende Lieferantengutschriften | 19.215 | 24.209 |
| Steuerforderungen | | |
| – Ertragsteuern | 14.876 | 7.464 |
| – Umsatz und sonstige Steuern | 8.154 | 4.313 |
| Rechnungsabgrenzungsposten | 2.638 | 659 |
| Übrige | 6.042 | 3.629 |
| | **50.925** | **40.274** |

In den Rechnungsabgrenzungsposten werden vorausbezahlte Aufwendungen für den in 2005 verhandelten mittelfristigen Kreditvertrag (Syndicated Loan) in Höhe von T€ 1.417 ausgewiesen. Darüber hinaus beinhaltet dieser Posten abgegrenzte Lizenzgebühren, Service-Kosten sowie Wartungs-, Versicherungs- und Mietvorauszahlungen und übrige Abgrenzungen. Daneben ist der kurzfristige Teil eines Disagios in Höhe von T€ 5 ausgewiesen.

**Langfristige Vermögensgegenstände**

(5) Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungskosten abzüglich planmäßiger **Abschreibungen** nach der linearen Methode entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer angesetzt. 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 |
| Geringwertige Wirtschaftsgüter | 1 Jahr |

Die Zugänge betreffen im Wesentlichen mit T€ 8.250 den Umbau und die Renovierung der Betriebsimmobilie in Essen-Kray.
Neubewertungen des Sachanlagevermögens wurden nicht vorgenommen.

(6) Die **immateriellen Vermögensgegenstände** (entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und Software) werden zu Anschaffungskosten bilanziert und linear über eine Nutzungsdauer von drei bis zehn Jahren abgeschrieben. Die Zugänge 2005 von insgesamt T€ 1.912 betreffen im Wesentlichen in Höhe von T€ 1.250 den Erwerb von Lizenzen im Zusammenhang mit der Entwicklung und dem Vertrieb von Systemen für das digitale Fernsehen.

Forschungs- und Entwicklungskosten waren nicht zu aktivieren.

(7) 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 geprüft. Abschreibungen waren nicht erforderlich.

## 8.2.1 Angaben zur Bilanz

(8) Die **Finanzanlagen** werden zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten bilanziert. Unter geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen ist die Anzahlung von T€ 2.714 auf die 24,9 % Beteiligung an der GERICOM AG, Linz, Österreich enthalten. Seit Juni 2004 ist ein Rechtsstreit über die Forderung der MEDION AG zur Herausgabe des Aktienpaketes gegenüber der Oberlehner Deutschland Beteiligungsgesellschaft mbH, München, anhängig. Der Ausgang des Verfahrens ist unverändert offen.
Im Berichtsjahr wurde die MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China, mit Anschaffungskosten von T€ 110 gegründet. Da sie ihre operative Tätigkeit bis zum Abschlussstichtag noch nicht aufgenommen hat, erfolgte keine Konsolidierung.

(9) Die **Ausleihungen** beinhalten ein verzinsliches Darlehen. Dieses ist zum Nominalwert bilanziert und hat eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2007.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Konzernanlagevermögens ist dem Anlagenspiegel auf den Seiten 98 und 99 zu entnehmen.

(10) **Latente Steuern** sind auf die gegenüber der Steuerbilanz abweichenden Bilanzansätze nach IFRS in einem gesonderten Abgrenzungsposten erfasst. Die latenten Steuern sind mit den künftig zu erwartenden einheitlichen Ertragsteuersätzen in Deutschland und den USA in Höhe von ca. 40 % bewertet. Die bilanzierten latenten Steuern, sowohl aktivisch als auch passivisch, resultieren aus folgenden Bilanzposten:

| Werte in T€ | aktivisch | passivisch | aktivisch | passivisch |
|---|---|---|---|---|
| | 31.12.2005 | | 31.12.2004 | |
| kurzfristig: | | | | |
| Aus erfolgsneutraler Verrechnung im Eigenkapital | **0** | **172** | **657** | **0** |
| langfristig: | | | | |
| Sachanlagevermögen | 329 | 71 | 276 | 72 |
| Vorräte | 0 | 0 | 122 | 0 |
| Pensionsrückstellungen | 343 | 0 | 226 | 0 |
| Übrige Rückstellungen | 3.122 | 1 | 2.853 | 7 |
| | **3.794** | **72** | **3.477** | **79** |
| | **3.794** | **244*** | **4.134** | **79*** |

*Wegen untergeordneter Bedeutung erfolgt Ausweis unter Steuerrückstellungen

Latente Steuern aus erfolgsneutralen Posten, die direkt im Eigenkapital erfasst werden, resultieren aus den Cashflow-Hedges im Rahmen des Hedge-Accounting gemäß IAS 39.

(11) In den **sonstigen langfristigen Vermögensgegenständen** und **Rechnungsabgrenzungsposten** sind im Wesentlichen langfristige Mietkautionen von T€ 70 sowie der langfristige Teil eines Disagios in Höhe von T€ 3 (Vorjahr: T€ 9) enthalten.

**Kurzfristige Verbindlichkeiten**

(12) Die **kurzfristigen Darlehen** und der **kurzfristige Anteil an langfristigen Darlehen,** die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sowie die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** sind zu ihren Rückzahlungsbeträgen – Fremdwährungspositionen zum Fair Value – ausgewiesen.
Im Posten kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen sind ausschließlich Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten enthalten.
Bei den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten handelt es sich im Wesentlichen um Umsatzsteuerverbindlichkeiten sowie um Verbindlichkeiten aus der Personalabrechnung.

(13) Die Steuerrückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| MEDION AG | | |
| latente Steuern | 243 | 72 |
| Gewerbesteuer | 2 | 6.531 |
| Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag | 0 | 4 |
| MEDION UK | 151 | 12 |
| MEDION NL | 78 | 87 |
| MEDION France | 57 | 99 |
| MEDION Italia | 20 | 39 |
| AMS | 20 | 32 |
| Übrige | 22 | 153 |
| | **593** | **7.029** |

(14) Die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen gemäß IAS 37 alle am Abschlussstichtag erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen gegenüber Dritten, die auf vergangenen Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und deren Höhe oder Fälligkeit unsicher ist. Die Höhe der Rückstellungen ist durch bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der Verpflichtungen erforderlichen Ausgaben ermittelt worden, positive Erfolgsbeiträge sind nicht saldiert. Im Rahmen der Restrukturierung wurden auch Rückstellungen für nachlaufende Mietaufwendungen (T€ 606) bei der MEDION USA und der MEDION AT gebildet.

| Werte in T€ | 01.01.2005 | Inanspruch-nahme | Auflösung | Zuführung | Währungskurs-differenzen | 31.12.2005 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ausstehende Rechnungen | 50.409 | 27.387 | 73 | 42.453 | 73 | 65.475 |
| Gewährleistungen | 51.186 | 44.966 | 0 | 44.993 | 101 | 51.314 |
| Personal | 4.976 | 3.870 | 317 | 4.360 | 15 | 5.164 |
| Übrige Rückstellungen | 1.448 | 1.419 | 4 | 2.118 | 82 | 2.225 |
| | **108.019** | **77.642** | **394** | **93.924** | **271** | **124.178** |

Die Rückstellung für ausstehende Rechnungen umfasst neben noch fehlenden Leistungsabrechnungen noch zu erteilende Boni- und Retourengutschriften. Darüber hinaus wurden noch zu leistende Urheberrechtsabgaben berücksichtigt. Dem Risiko einer möglichen Urheberrechtsabgabe auf PC und Notebooks wurde Rechnung getragen. Im Berichtsjahr ist erstmals eine Rückstellung für Rücknahmepflichten von Elektro-Altgeräten gemäß EU-Direktive zur WEEE-Verordnung (Waste Electrical und Electronical Equipment) gebildet worden.

Die Rückstellung für Gewährleistungen wurde für zu erwartende Nachbesserungsarbeiten und Gutschriften nach einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit vom gewährleistungsbehafteten Umsatz gebildet. Die angewendeten Prozentsätze sind abhängig von der jeweiligen Produktgruppe. Der Verbrauch der Rückstellung erfolgt nach bestimmten – aufgrund von Erfahrungswerten ermittelten – Pauschalsätzen über den jeweils gewährten Garantiezeitraum (12 bis 36 Monate) verteilt. Da es sich hierbei um Garantiezusagen im Rahmen der laufenden Geschäftstätigkeit handelt, sind auch die auf den Zeitraum von mehr als 12 Monaten entfallenden Teile der Rückstellung als kurzfristig anzusehen.

In den Personalrückstellungen sind ausstehende Belastungen aus Urlaubsverpflichtungen, Mehrarbeitsvergütungen, Jubiläumsverpflichtungen, Ansprüche aus Abfindungsvereinbarungen, noch zu zahlende Gratifikationen an Mitarbeiter sowie Beiträge zur Berufsgenossenschaft enthalten.

Die übrigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für Abschlusskosten, Rechtskosten und Aufsichtsratsvergütungen.

**Langfristige Verbindlichkeiten**

(15) Unter den **Anleihen** sind zum Stichtag drei Wandelanleihen in Höhe von insgesamt € 946.700,00 ausgewiesen, die an das Management und leitende Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungs-Programmes ausgegeben wurden.

Die im April 2000 aufgelegte Anleihe wurde mit Beendigung der Laufzeit zum 31. März 2005 an alle Teilnehmer zum Nennbetrag in Höhe von € 183.650,00 zurückgezahlt. Die Verzinsung war mit einem Prozentsatz von 4 % aufgelegt worden.

Im Juli 2001 wurde eine Wandelanleihe im Gesamtnennbetrag von € 221.600,00 an das Management und leitende Mitarbeiter ausgegeben. Sie ist eingeteilt in auf den Inhaber lautende, untereinander gleichberechtigte Schuldverschreibungen zu je € 1,00. Die Anleihe ist mit 4 % p. a. zu verzinsen und in dem Falle, dass das Wandlungsrecht nicht ausgeübt wird, spätestens am 26. Juli 2006 zum Nennbetrag zurückzuzahlen. Im Berichtszeitraum wurden von Vorstand und Mitarbeitern keine Anleihen gewandelt. Aufgrund von Kündigungen bzw. Aufhebungen des Arbeitsverhältnisses kam es jedoch zu vorzeitigen Rückzahlungen. Der letzte Wandlungszeitraum für die Anleihe ist im Spätherbst 2005 abgelaufen. Zum Abschlussstichtag valutiert die Anleihe mit einem Betrag von € 180.600,00.

Eine weitere Anleihe mit einem Gesamtnennbetrag von € 482.000,00 wurde im August 2002 an das Management und leitende Mitarbeiter ausgegeben. Die Anleihe ist mit 4 % p. a. zu verzinsen. Eine Wandelschuldverschreibung zum Nennbetrag von € 1,00 berechtigt zum Tausch gegen eine Aktie. Das Wandlungsrecht hätte erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der Veröffentlichung des zweiten Quartalsberichtes für das Geschäftsjahr 2004 ausgeübt werden können. Das Wandlungsrecht erlischt mit Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsverhältnisses, die Anleihe ist in diesem Fall vorzeitig zurückzuzahlen. Der bei Ausübung des Wandlungsrechtes von den Mitarbeitern zu zahlende Wandlungspreis orientiert sich am Kurs der MEDION-Aktie zu Beginn der Ausübungsfrist und der Wertentwicklung der MEDION-Aktie im Verhältnis zum MDAX. Im Berichtszeitraum wurden von Vorstand und Mitarbeitern keine Anleihen gewandelt. Aufgrund von Kündigungen und Aufhebungen von Arbeitsverhältnissen kam es jedoch zu vorzeitigen Rückzahlungen. Zum Abschlussstichtag valutiert die Anleihe mit einem Betrag von € 415.500,00.

Eine weitere Wandelanleihe mit einem Gesamtnennbetrag von € 387.600,00 wurde im September 2003 ausgegeben. Die Bedingungen der Wandelanleihe entsprechen den Bedingungen der vorerwähnten Anleihe. Das Wandlungsrecht hätte erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der Veröffentlichung des zweiten Quartalsberichtes für das Geschäftsjahr 2005 ausgeübt werden können. Im Berichtszeitraum wurden von Vorstand und Mitarbeitern keine Anleihen gewandelt. Aufgrund von Kündigungen und Aufhebungen von Arbeitsverhältnissen kam es jedoch zu vorzeitigen Rückzahlungen. Zum Abschlussstichtag valutiert die Anleihe mit einem Betrag von € 350.600,00.

Insgesamt haben Vorstand und Mitarbeiter zum Stichtag die Möglichkeit, über das Instrument der Wandelanleihe noch 698.800 MEDION-Aktien zu beziehen. Der Nominalwert beziffert sich auf € 766.100,00.

Die Anzahl verteilte sich zum 31. Dezember 2005 wie folgt:

| | 2001/2006 | 2002/2007 | 2003/2008 |
|---|---|---|---|
| | Wandlungsmöglichkeiten Spätherbst 2003; 2004; 2005 | Wandlungsmöglichkeiten Spätsommer 2004; 2005; 2006 | Wandlungsmöglichkeiten Spätsommer 2005; 2006; 2007 |
| Gerd Brachmann | 35.000 | 30.000 | 30.000 |
| Christian Eigen | 35.000 | 30.000 | 30.000 |
| Dr. Knut Wolf | 0 | 0 | 30.000 |
| Mitarbeiter | 269.200 | 307.000 | 241.800 |
| **Aktien, gesamt** | **339.200*** | **367.000** | **331.800** |
| **Nominal €** | **180.600** | **415.500** | **350.600** |

*Letzter Wandlungszeitraum bereits abgelaufen

Im Falle der Ausübung wird die Gesellschaft alle notwendigen Schritte einleiten, die Aktien marktschonend zu platzieren.

(16) Bei den **langfristigen Darlehen** handelt es sich im Wesentlichen um Bankverbindlichkeiten im Zusammenhang mit der Finanzierung einer Betriebsimmobilie. Die Verbindlichkeiten sind in voller Höhe durch Grundpfandrechte gesichert. Von diesen Darlehen haben Beträge in Höhe von insgesamt T€ 135 eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren.

(17) Die **Pensionsrückstellungen** bestehen für Versorgungszusagen an Vorstandsmitglieder. Sie wurden nach versicherungsmathematischen Methoden gemäß IAS 19 berechnet. Gemäß dem Anwartschafts-Barwertverfahren 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 erstmalig im Berichtsjahr auftretenden versicherungsmathematischen Verluste gemäß IAS 19.93 sofort erfolgswirksam verrechnet. Im Berichtsjahr wurden erstmals die Richttafeln „2005 G“ von Dr. Klaus Heubeck angewandt.
Der Berechnung des Barwertes der leistungsorientierten Verpflichtung (DBO = Defined Benefit Obligation) liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

| Werte in % | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Diskontierungssatz | 4,5 | 5,0 |
| Gehaltstrend | 2,0 | 3,0 |
| Rententrend | 1,5 | 1,5 |

Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich die Pensionsrückstellungen wie folgt entwickelt:

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Stand 1. Januar | 1.462 | 1.220 |
| Zinsaufwand | 73 | 61 |
| Dienstzeitaufwand | 257 | 181 |
| Verrechnete versicherungsmathematische Gewinne/Verluste | 132 | 0 |
| **Stand 31. Dezember** | **1.924** | **1.462** |

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

(18) **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.

In der Hauptversammlung vom 22. Mai 2001 wurde beschlossen, das **bedingte Kapital I** von € 1.200.000,00, eingeteilt in 1.200.000 Stückaktien, auf € 2.400.000,00, eingeteilt in 2.400.000 Stückaktien, zu erhöhen. Das **bedingte Kapital I** dient ausschließlich der Gewährung von Umtauschrechten für Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungs-Modells. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung von Wandlungsrechten entstehen, am Gewinn teil. 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** um € 378.400,00 bzw. € 40.000,00 auf € 1.981.600,00.

Die Hauptversammlung vom 15. Mai 2002 hat Vorstand und Aufsichtsrat ermächtigt, Options- oder Wandelanleihen im Gesamtnennbetrag von bis zu € 500.000.000,00 zu begeben und den Gläubigern dabei Options- oder Wandlungsrechte von bis zu € 20.000.000,00 zu genehmigen. Dazu wurde ein entsprechendes **bedingtes Kapital II** von € 20.000.000,00 beschlossen.

Des Weiteren wurden Vorstand und Aufsichtsrat ermächtigt, das Kapital um bis zu € 10.000.000,00 im Rahmen eines **genehmigten Kapitals** zu erhöhen. Die Hauptversammlung vom 12. Mai 2005 hat den Vorstand ermächtigt, in der Zeit vom 13. Mai 2005 bis 12. November 2006 eigene Aktien bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde von diesen Ermächtigungen kein Gebrauch gemacht.

Für die Entwicklung des Konzerneigenkapitals verweisen wir auf Seite 96 dieses Berichtes.

Die **gesetzliche Rücklage** wurde nicht dotiert, da die **Kapitalrücklage** in Höhe von T€ 138.324 bereits der Bestimmung des § 150 Absatz 2 AktG genügt. Satzungsmäßige Rücklagen sind nicht vorgesehen. Die Zuführungen von insgesamt T€ 3.341 betreffen die erstmalige Anwendung von IFRS 2.

## 8.2.1 Angaben zur Bilanz

Die **Gewinnrücklagen** setzen sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| Effekt aus Erstanwendung IFRS 2 | -2.421 | -2.421 |
| Rücklage für Bewertung nach IAS 39 | 257 | -986 |
| Andere Gewinnrücklagen | 244.906 | 244.906 |
| | **242.742** | **241.499** |

Gemäß IFRS 2 ist der Marktwert **aktienbasierter Vergütungssysteme** – bei MEDION ausschließlich Wandelschuldverschreibungen – erstmalig ab 1. Januar 2005 zu bilanzieren. Gemäß IFRS 2.53 ist der Standard für diejenigen Wandelschuldverschreibungen anzuwenden, die nach dem 7. November 2002 ausgegeben wurden. Der beizulegende Zeitwert der von den Mitarbeitern erbrachten Arbeitsleistungen als Gegenleistung für die Gewährung der Optionen wird über den Zeitraum der Sperrfrist erfolgswirksam als Personalaufwand erfasst. Die Optionsbewertung erfolgte nach der Monte-Carlo-Simulation. Die Bilanzierung und Bewertung erfolgt rückwirkend zum Ausgabezeitpunkt. Für die Vorjahre wurden gemäß IAS 8.19ff T€ 484 für 2003 direkt im Eigenkapital verrechnet und T€ 1.937 durch geänderte Vorjahreswerte angepasst. Im Berichtsjahr wurden T€ 920 erfolgswirksam im Personalaufwand erfasst.

Die Gewinnrücklagen beinhalten unter anderem die Effekte aus der teilweise erfolgsneutralen Bewertung der Devisentermingeschäfte nach IAS 39 sowie der hierauf entfallenden latenten Steuern.

Daneben haben T€ 801 **Währungsumrechnungsdifferenzen** das Eigenkapital verringert (Vorjahr: T€ 1.254). Sie resultieren im Wesentlichen aus den USA und Großbritannien.

## 8.2.2 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die **Gewinn- und Verlustrechnung** ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt worden.

(19) **Umsatzerlöse** wurden zum Zeitpunkt des Gefahrenüberganges erfolgswirksam erfasst. Umsätze wurden abzüglich Retouren, Skonti sowie umsatzabhängiger Boni und anderer Erlösschmälerungen ausgewiesen.

Die Umsatzerlöse sind auf den folgenden Märkten erzielt worden:

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Deutschland | 1.698.782 | 1.548.682 |
| Europa | 768.944 | 978.237 |
| USA | 24.722 | 46.430 |
| Asien/Australien | 34.220 | 50.759 |
| | **2.526.668** | **2.624.108** |

Die Umsatzerlöse verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| PC/Multimedia | 1.798.477 | 1.919.134 |
| Unterhaltungs- und Haushaltselektronik | 632.252 | 642.265 |
| Kommunikationstechnik | 95.939 | 62.709 |
| | **2.526.668** | **2.624.108** |

(20) Die **sonstigen betrieblichen Erträge** betreffen im Wesentlichen Erträge aus Provisionen, Versicherungserstattungen, Auflösungen von Rückstellungen und Kursdifferenzen. Daneben sind periodenfremde Erträge in Höhe von T€ 3.056 (Vorjahr: T€ 1.376) enthalten.

## 8.2.2 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

(21) 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, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik einschließlich der Anschaffungsnebenkosten.

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

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Löhne und Gehälter | 50.070 | *52.962 |
| Soziale Abgaben | 9.462 | 9.454 |
| Aufwendungen für Altersversorgung | 371 | 242 |
| | **59.903** | ***62.658** |

*Änderung aufgrund Erstanwendung IFRS 2

Im Durchschnitt waren im MEDION-Konzern beschäftigt:

| Mitarbeiter nach Gruppen (als Vollzeitäquivalente) | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Kaufmännisch | 669 | 623 |
| Gewerblich/technisch | 246 | 230 |
| Call-Center | 636 | 573 |
| | **1.551** | **1.426** |

Hinweis: Im Vorjahr wurden Kopfzahlen angegeben

| Regionale Aufteilung (als Vollzeitäquivalente) | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Inland | | |
| Kaufmännisch | 584 | 541 |
| Gewerblich/technisch | 150 | 160 |
| Call-Center | 503 | 479 |
| | **1.237** | **1.180** |
| Ausland | | |
| Kaufmännisch | 85 | 82 |
| Gewerblich/technisch | 96 | 70 |
| Call-Center | 133 | 94 |
| | **314** | **246** |

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

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Vertriebsaufwendungen | 110.885 | 97.248 |
| Verwaltungsaufwendungen | 16.150 | 16.343 |
| Betriebsaufwendungen | 5.782 | 4.634 |
| Übrige | 7.175 | 1.161 |
| | **139.992** | **119.386** |

In den **Vertriebsaufwendungen** sind im Wesentlichen Ausgangsfrachten und Verpackung, Aufwendungen für Kundenservice und Marketing, Provisionen und Entsorgungsabgaben sowie sonstige Vertriebsnebenkosten enthalten. Ebenso werden darunter Abgaben im Rahmen des Grünen Punktes

und der in 2005 durch EU-Direktive eingeführten WEEE-Verordnung (Waste Electrical und Electronical Equipment) ausgewiesen. Unter den **Verwaltungsaufwendungen** werden Aufwendungen für Versicherungen, Rechts- und Beratungskosten, Fremdleistungen, Nebenkosten des Geldverkehrs und sonstige allgemeine Verwaltungskosten zusammengefasst. Bei den **Betriebsaufwendungen** handelt es sich um Aufwendungen für Mieten, Reparaturen und Betriebsbedarf. Die **übrigen Aufwendungen** enthalten primär periodenfremde Aufwendungen, Einzel- und Pauschalwertberichtigungen auf Forderungen sowie Kursdifferenzen.
In den Verwaltungsaufwendungen sind Aufwendungen für den Konzernabschlussprüfer für Prüfungshonorare in Höhe von T€ 235 enthalten. Für Steuerberatung sind zusätzlich T€ 24 und für sonstige Beratungsleistungen T€ 61 angefallen. Die Prüfung der ausländischen Tochtergesellschaften verursachte darüber hinaus Prüfungskosten von T€ 115.

(24) Im Berichtsjahr sind im Rahmen von Reorganisationsmaßnahmen sowie der Bereinigung und Optimierung des Produktportfolios **Restrukturierungsaufwendungen** angefallen. Die Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | |
|---|---|
| Abwertungen auf Vorräte | 15.906 |
| Realisierte Verluste aus Abverkäufen | 3.402 |
| Restrukturierung von Service- und Vertriebsstandorten | 1.205 |
| | **20.513** |

(25) Das **Zinsergebnis** setzt sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Zinserträge | 2.263 | 1.118 |
| Zinsaufwendungen | -4.533 | -3.549 |
| Finanzierungskosten | -1.858 | -1.774 |
| | **-4.128** | **-4.205** |

Die Zinserträge und -aufwendungen sowie die Finanzierungskosten sind mit Ausnahme der aufwandswirksamen Auflösung des Disagios von T€ 6 im Berichtsjahr zahlungswirksam geworden.

(26) Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** setzen sich wie folgt zusammen:

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| MEDION AG | | |
| Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag | 3.756 | 18.209 |
| Gewerbeertragsteuer | 3.421 | 15.250 |
| MEDION Nordic | 515 | 563 |
| AMS | 389 | 497 |
| MSG | 237 | 99 |
| MEDION NL | 184 | 116 |
| MEDION UK | 178 | -16 |
| MEDION France | 100 | 182 |
| Übrige | 92 | 130 |
| Latente Steuern | -305 | 76 |
| | **8.567** | **35.106** |

Die MEDION AG verfügt zum Abschlussstichtag über ein nicht bilanziertes Körperschaftsteuer-Anrechnungsguthaben nach § 37 Absatz 1 KStG in Höhe von T€ 3.113, das bei Dividendenausschüttungen nach dem 31. Dezember 2005 und vor dem 31. Dezember 2019 gemäß § 37 Absatz 2a Nr. 2 KStG gleichmäßig mit jeweils 1/6 des Ausschüttungsbetrages auf die Körperschaftsteuer des Jahres, in dem die Ausschüttung erfolgt, angerechnet wird. Im Berichtsjahr wurden T€ 222 für die Ausschüttung in 2006 für das Geschäftsjahr 2005 aktiviert.

## 8.2.2 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

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

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| 1. Konzernergebnis vor Ertragsteuern | 17.767 | *83.891 |
| 2. Anzuwendender theoretischer Steuersatz in % | 39,85 | 39,67 |
| 3. Theoretische Steuer | 7.080 | *33.277 |
| 4. Unterschiede zu ausländischen und latenten Steuern | | |
| Effekt aus nicht steuerrelevanten Aufwendungen (IFRS 2) | 367 | 768 |
| Nicht nutzbare Verluste | 1.504 | 1.213 |
| Sonstige | -409 | -300 |
| 5. Körperschaftsteuerminderung auf Ausschüttungen | -222 | 0 |
| 6. Steuernachzahlungen/-erstattungen für Vorjahre | 150 | 127 |
| 7. Steuern auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben | 97 | 21 |
| 8. Tatsächlicher Ertragsteueraufwand | 8.567 | 35.106 |
| 9. Tatsächlicher Ertragsteuersatz in % | 48,22 | *41,85 |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

Der einheitlich theoretische Ertragsteuersatz für 2005 von 39,85 % errechnet sich aus der effektiven Gewerbesteuerbelastung von 18,3 %, der Körperschaftsteuer von 25,0 % und einem Solidaritätszuschlag von 5,5 %.

## 8.3.1 Angaben zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7, wie sich Zahlungsmittel 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 liquiden Mittel in Form von Schecks, Kassenbestand sowie die Guthaben bei Kreditinstituten.

## 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, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik. 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 67 auf die Aufgliederung der wesentlichen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz nach geographischen Gesichtspunkten.

- 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.
- 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 und immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Segmentberichts ist der Tabelle auf Seite 97 zu entnehmen.

## 8.3.3 Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Aktionären zustehenden Konzerngewinns durch eine gewichtete Zahl ausgegebener Aktien.

| | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien | 48.418.400 | 48.418.400 |
| Konzerngewinn (T€) | 9.200 | *48.785 |
| Ergebnis je Aktie (unverwässert, in €) | 0,19 | *1,01 |
| Ergebnis je Aktie (verwässert, in €) | 0,19 | *1,01 |

*Änderung Vorjahreszahlen aufgrund Erstanwendung IFRS 2

## 8.3.4 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

| | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Werte in T€ | <= 1 Jahr | | > 1 Jahr <= 5 Jahre | | > 5 Jahre | |
| Geschäfts- und Lagerräume | 1.704 | 1.603 | 2.665 | 1.948 | 522 | 0 |
| Operating-Leasingverhältnisse | 533 | 477 | 362 | 616 | 0 | 5 |
| | **2.237** | **2.080** | **3.027** | **2.564** | **522** | **5** |

## 8.3.5 Management der Währungsrisiken

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 Liefergeschäften. 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 aus Sicht des Abschlussstichtages der Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen (Cashflow-Hedges), erfolgsneutral über eine gesonderte Rücklage im Eigenkapital abgegrenzt. Diejenigen Devisentermingeschäfte, die der Absicherung von Währungsrisiken von Bilanzpositionen dienen (Fair-Value-Hedges), werden – wie auch die entsprechenden Bewertungsänderungen der Grundgeschäfte – erfolgswirksam bilanziert. 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.

Die zum Abschlussstichtag abgeschlossenen Devisentermingeschäfte hatten ein Nominalvolumen von rd. US$ 158,0 Mio. Für kurzfristige Anpassungen der Fälligkeitszeitpunkte der Termingeschäfte an die tatsächlichen Zahlungszeitpunkte für die Verbindlichkeiten werden ergänzend auch Devisen-Swap-Geschäfte mit einem Nominalvolumen von US$ 134,0 Mio. eingesetzt. Aus der Kursentwicklung resultierte zum Abschlussstichtag ein positiver Marktwert von T€ 1.225, der in den sonstigen kurzfristigen Vermögensgegenständen ausgewiesen wird. Für die Marktwerte der Devisentermingeschäfte, die zur Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen, wurde erfolgsneutral sowohl eine Bewertungsrücklage von T€ 257 im Eigenkapital als auch eine passive Steuerlatenz von T€ 172 gebildet. Der erfolgsneutralen Bewertungsrücklage stehen entsprechende, zum Stichtag noch nicht bilanzwirksam gewordene Währungsgewinne aus den zugehörigen schwebenden Einkaufskontrakten gegenüber. Die übrigen Marktwertänderungen der Devisentermingeschäfte von T€ 796 wurden erfolgswirksam verrechnet.

| | Nominalwert TUS$ | Marktwert T€ | Nominalwert TUS$ | Marktwert T€ |
|---|---|---|---|---|
| | 31.12.2005 | | 31.12.2004 | |
| Währungsbezogene Geschäfte | | | | |
| Devisentermingeschäfte in US$ | 158.000 | 948 | 200.449 | –4.572 |
| Zinsbezogene Geschäfte | | | | |
| US$-Swaps | 134.020 | 277 | 102.270 | –120 |
| | **292.020** | **1.225** | **302.719** | **–4.692** |
| Davon erfolgsneutral im Eigenkapital | | | | |
| verrechnet (brutto) | | 429 | | –1.642 |
| abzüglich latenter Steuern | | –172 | | 657 |
| **Cashflow-Hedges** | | **257** | | **–985** |
| **Davon erfolgswirksam verrechnet** | | **796** | | **–3.050** |

Der Marktwert zum Abschlussstichtag 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.

## 8.3.6 Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Bis zum 20. Februar 2006 (Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung durch den Vorstand) ergaben sich keine nennenswerten Ereignisse.

# Konzernanhang der MEDION AG
Ergänzende Angaben

## 8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen

| Name und Sitz | Stammkapital zum 31.12.2005 | Prozentsatz der Beteiligung | Jahres-ergebnis in T€ |
|---|---|---|---|
| 1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen | € 25.000,00 | 100,00 % | 471 |
| 2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr | € 25.000,00 | 100,00 % | 277 |
| 3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich | € 150.000,00 | 100,00 % | 165 |
| 4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, United Kingdom | £ 200.000,00 | 100,00 % | 155 |
| 5. MEDION NORDIC A/S, Skovlunde, Dänemark | DKK 500.000,00 | 100,00 % | 1.314 |
| 6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich | € 50.000,00 | 100,00 % | 87 |
| 7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande | € 650.000,00 | 100,00 % | 396 |
| 8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien | € 30.000,00 | 100,00 % | 13 |
| 9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien | € 5.000,00 | 100,00 % | 21 |
| 10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Schlieren, Schweiz | CHF 100.000,00 | 100,00 % | 13 |
| 11. MEDION USA, Inc., Delaware, USA | US$ 10.100.000,00 | 100,00 % | -3.250 |
| 12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien | AU$ 10.000,00 | 100,00 % | 43 |
| 13. MEDION KOREA ELECTRONICS Yuhan Hoesa, Seoul, Korea* | KRW 120.000.000,00 | 100,00 % | -35 |
| 14. MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China | HK$ 10.000,00 | 100,00 % | nicht operativ |
| 15. LIFETEC International Ltd., Hongkong, China | HK$ 10.000,00 | 100,00 % | nicht operativ |
| 16. MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China | HK$ 1.000.000,00 | 100,00 % | nicht operativ |

*Liquidation zum 31. August 2005 erfolgt

## 8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen

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

Im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit bestehen auch Liefer- und Leistungsbeziehungen zu 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 2005 | Forderung/ Verbindlichkeit (-) 31.12.2005 |
|---|---|---|
| MEDION Unterhaltungsmedien GmbH & Co. KG, Essen | | |
| Warenlieferungen | 5.533 | |
| Dienstleistungen | -57 | 708 (Saldo) |
| Lifetec Electronics GmbH, Essen | | |
| Warenlieferungen | 1.696 | |
| Provisionsvertrag | 31 | 2.074 (Saldo) |
| MEDION Brachmann oHG, Essen | | |
| Lizenzvertrag | 29 | 0 |
| | **7.232** | **2.782** |

## 8.3.8 Vorstand

Im Berichtszeitraum gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, Essen (Vorsitzender des Vorstandes),
Diplom-Ökonom Christian Eigen, Essen (stellvertr. Vorsitzender des Vorstandes),
Neosino Nanotechnologies AG, Griesheim - Mitglied des Aufsichtsrates -
Dr. Knut Wolf, Mülheim an der Ruhr.

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder beliefen sich im Berichtsjahr insgesamt auf T€ 720 (Vorjahr: T€ 1.808). Der im Geschäftsjahr 2005 für das Vorjahr bezogene variable Anteil betrug T€ 138 (Vorjahr: T€ 828).

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2005 26.579.018 Aktien (Gerd Brachmann 26.565.018 Stück, Christian Eigen 14.000 Stück, Dr. Knut Wolf 0 Stück). Zum 31. Dezember 2004 betrug die Zahl der Aktien 26.574.018. Davon befanden sich 26.565.018 Stück im Besitz von Gerd Brachmann, 9.000 Stück wurden von Christian Eigen und 0 Stück von Dr. Knut Wolf gehalten.

Eine Übersicht über die Möglichkeiten der Vorstandsmitglieder, über das Instrument der Wandelanleihe Aktien zu beziehen, gibt die Darstellung zu Punkt (15) auf Seite 111.

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 Stützle, Essen (Vorsitzender),
Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main, Global Banking - Managing Director -
Carl Spaeter GmbH, Duisburg - stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates -
METRO Capital B.V., Venlo, Niederlande - Mitglied des Aufsichtsrates bis 30. Juni 2005 -
DB Consult Gesellschaft mbH, Frankfurt am Main - Mitglied des Beirates -

Dr. Klaus Eckert, Düsseldorf (stellvertretender Vorsitzender),
Carl Spaeter GmbH, Duisburg - Vorsitzender des Aufsichtsrates -
Rudolf Flender GmbH & Co. KG, Siegen - Mitglied des Beirates -

Kim Schindelhauer, Aachen,
AIXTRON AG, Aachen - Vorsitzender des Aufsichtsrates -
Deutsches Aktieninstitut e.V., Frankfurt am Main - Mitglied des Vorstandes -

Die Vergütung des Aufsichtsrates besteht aus einem festen Bestandteil von T€ 10 je Mitglied und einem variablen Anteil in Höhe von 0,275 ‰ des Bilanzgewinns der Gesellschaft, dieser vermindert um einen Betrag von 4 % der auf das Grundkapital geleisteten Einlagen. Die variable Vergütung beträgt für den Vorsitzenden das Doppelte und für den Stellvertreter das Eineinhalbfache. Die Vergütung ist zahlbar nach Feststellung des Jahresabschlusses.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten für ihre Tätigkeit im Berichtszeitraum eine Vergütung in Höhe von fix T€ 30 (Vorjahr: T€ 30) sowie einen variablen Anteil in Höhe von insgesamt T€ 10 (Vorjahr: T€ 31). Im Berichtsjahr wurden Aufwandsentschädigungen in Höhe von T€ 0,3 gezahlt (Vorjahr: T€ 0,3). Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2005 160 Aktien (Vorjahr: 160 Stück). Die Aktien werden in Gänze von Dr. Rudolf Stützle gehalten.

## 8.3.10 Corporate Governance Erklärung nach § 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 2. Juni 2005. Am 7. Dezember 2005 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 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG schlagen für das Geschäftsjahr 2005 folgende Verwendung des Bilanzgewinns der MEDION AG gemäß dem Einzelabschluss vor:

- Zahlung einer Dividende von € 0,19 pro Aktie (Vorjahr: € 0,55).

Essen, im Februar 2006

MEDION AG

| Gerd Brachmann | Christian Eigen | Dr. Knut Wolf |
|---|---|---|
| Vorsitzender des Vorstandes | Stellvertr.Vorsitzender des Vorstandes | Mitglied des Vorstandes |

# 9 Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer

# 9 Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer

„Wir haben den von der MEDION AG, Essen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2005 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 Konzernlageberichtes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

# 9 Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer

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, 20. Februar 2006

MÄRKISCHE REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

| | |
|---|---|
| Dipl.-Ök. K.-H. Berten | Dipl.-Kfm. H.-H. Schäfer |
| Wirtschaftsprüfer | Wirtschaftsprüfer |

## Die Entscheidung für innere Werte...

Manche wollen einfach alles. Bitteschön. Öffnen Sie das MD96200 und es zeigt all seine Fähigkeiten. Als echtes Multimedia-Handy: Slider Phone, WAP 2.0, Digitalkamera, MP3-Player und FM-Radio in einem Gerät.
Bestens ausgestattet mit 65.000 Farben Display: Tri-Band, polyphone Klingeltöne, GPRS Klasse 10 und Mini SD-Speicherkartensteckplatz.

Bei soviel Innenleben fällt die Entscheidung sicher leicht.

# 10 Einzelabschluss der MEDION AG

10.1 Gewinn- und Verlustrechnung

10.2 Bilanz

# 10.1 Gewinn- und Verlustrechnung

| Werte in T€ | 2005 | 2004 |
|---|---|---|
| 1. Umsatzerlöse | 2.518.302 | 2.616.425 |
| 2. Sonstige betriebliche Erträge | 10.705 | 14.412 |
| 3. Materialaufwand | | |
| a) Aufwendungen für bezogene Waren | 2.296.867 | 2.353.314 |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen | 2.836 | 2.111 |
| | **2.299.703** | **2.355.425** |
| 4. Personalaufwand | | |
| a) Löhne und Gehälter | 18.939 | 25.666 |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung | 3.404 | 4.557 |
| | **22.343** | **30.223** |
| 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | 7.877 | 6.423 |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 176.962 | 150.680 |
| 7. Erträge aus Beteiligungen | 6.089 | 699 |
| 8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 2.246 | 1.114 |
| 9. Abschreibungen auf Finanzanlagen | 6.405 | 1.654 |
| 10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 6.343 | 5.329 |
| **11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** | **17.709** | **82.916** |
| 12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 7.968 | 32.644 |
| 13. Sonstige Steuern | 25 | 32 |
| **14. Jahresüberschuss** | **9.716** | **50.240** |
| 15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr | 0 | 18.289 |
| 16. Einstellung in andere Gewinnrücklagen | 0 | 41.899 |
| **17. Bilanzgewinn** | **9.716** | **26.630** |

## 10.2 Bilanz

### Aktiva

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| **A. Anlagevermögen** | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| 1. Gewerbliche Schutzrechte, EDV-Software | 9.178 | 10.935 |
| 2. Geleistete Anzahlungen | 73 | 409 |
| | 9.251 | 11.344 |
| II. Sachanlagen | | |
| 1. Grundstücke und Bauten | 21.701 | 20.493 |
| 2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 6.812 | 7.803 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 6.859 | 750 |
| | 35.372 | 29.046 |
| III. Finanzanlagen | | |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen | 3.629 | 10.009 |
| 2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen | 420 | 0 |
| 3. Sonstige Ausleihungen | 261 | 415 |
| 4. Geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen | 2.714 | 2.714 |
| | 7.024 | 13.138 |
| | **51.647** | **53.528** |
| **B. Umlaufvermögen** | | |
| I. Vorräte | | |
| Waren | 244.834 | 273.524 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 347.347 | 407.501 |
| 2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen | 10.948 | 3.973 |
| 3. Sonstige Vermögensgegenstände | 44.533 | 38.850 |
| | 402.828 | 450.324 |
| III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten | 121.667 | 84.145 |
| | **769.329** | **807.993** |
| **C. Rechnungsabgrenzungsposten** | **2.457** | **550** |
| **D. Latente Steuern** | **2.872** | **3.443** |
| | **826.305** | **865.514** |

## Passiva

| Werte in T€ | 31.12.2005 | 31.12.2004 |
|---|---|---|
| **A. Eigenkapital** | | |
| I. Gezeichnetes Kapital | 48.418 | 48.418 |
| – davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418 | | |
| – Bedingtes Kapital: T€ 21.982 | | |
| – Genehmigtes Kapital: T€ 10.000 | | |
| II. Kapitalrücklage | 138.324 | 138.324 |
| III. Gewinnrücklagen | 245.351 | 245.351 |
| IV. Bilanzgewinn | 9.716 | 26.630 |
| | **441.809** | **458.723** |
| **B. Rückstellungen** | | |
| 1. Pensionsrückstellungen | 1.067 | 897 |
| 2. Steuerrückstellungen | 73 | 6.607 |
| 3. Sonstige Rückstellungen | 120.531 | 105.622 |
| | **121.671** | **113.126** |
| **C. Verbindlichkeiten** | | |
| 1. Anleihen | 947 | 1.171 |
| 2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 598 | 1.264 |
| 3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 234.911 | 275.969 |
| 4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 8.442 | 8.053 |
| 5. Sonstige Verbindlichkeiten | 17.631 | 7.208 |
| | **262.529** | **293.665** |
| **D. Rechnungsabgrenzungsposten** | **296** | **0** |
| | **826.305** | **865.514** |

# Notizen

## Termine

| | |
|---|---|
| 23. März 2006 | Geschäftsbericht 2005 |
| 23. März 2006 | DVFA-Analystenkonferenz |
| 12. Mai 2006 | Zwischenbericht zum 31.03.2006 |
| 12. Mai 2006 | Hauptversammlung |
| 10. August 2006 | Zwischenbericht zum 30.06.2006 |
| 9. November 2006 | Zwischenbericht zum 30.09.2006 |
| März 2007 | Geschäftsbericht 2006 |
| März 2007 | DVFA-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: mueller.design, Büro für Gestaltung 44793 Bochum
Druck: Druckpartner 45307 Essen

© 2006 MEDION AG Essen

# Kontakt

MEDION AG INVESTOR RELATIONS

AM ZEHNTHOF 77 D-45307 ESSEN

TEL +49 (0)201-83 83 6500 FAX +49 (0)201-83 83 6510

E-MAIL AKTIE@MEDION.COM INTERNET WWW.MEDION.COM