

MEDION in Zahlen

	Werte in Mio. DM			Werte in Mio. Euro		
	1997/98 *	1998/99	1999/00	1997/98 *	1998/99	1999/00
Umsatz	1.075	1.600	2.473	550	818	1.264
- Inland	1.049	1.535	2.136	536	785	1.092
- Ausland	32	74	354	16	38	181
Erlösschmälerungen	6	9	17	3	5	9
Umsatzaufteilung nach Geschäftsbereichen						
- PC/Multimedia	634	1.137	1.835	324	581	938
- Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	370	379	540	189	194	276
- Kommunikationstechnik	71	84	98	36	43	50
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	48	84	131	25	43	67
Jahresüberschuß	26	35	67	13	18	34
Bilanzsumme	131	534	569	67	273	291
Eigenkapitalquote	17,91 %	72,50 %	76,76 %	17,91 %	72,50 %	76,76 %
Abschreibungen	1,2	1,8	2,3	0,6	0,9	1,2
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	218	315	447	218	315	447
Personalaufwand	10,9	18,0	27,4	5,6	9,2	14,0

Aktienbezogene Daten

Wertpapier-Kenn-Nr.: 660500

Grundkapital: 24 Mio. Euro

Reuters-Kürzel: MDNG.F

genehmigtes Kapital: 5 Mio. Euro

Notierungen: Frankfurt a. M. (Neuer Markt)

Freiverkehr: Berlin, Bremen, Düsseldorf, Hamburg,
Hannover, München, Stuttgart

Streubesitz: 43 %

	Werte in DM			Werte in Euro		
	1997/98 *	1998/99	1999/00	1997/98 *	1998/99	1999/00
Ergebnis nach DVFA je Aktie	1,04	1,74	2,79	0,53	0,89	1,43
Cash Flow nach DVFA je Aktie	1,08	1,84	2,90	0,55	0,94	1,48
Dividende		0,72	1,35		0,37	0,69
- einschl. KSt.-Guthaben		1,03	1,92		0,52	0,98
Dividendensumme in Mio.		17,4	32,4		8,89	16,56
Netto-Dividendenrendite (am 30. 6.)		0,54 %	0,64 %		0,54 %	0,64 %
Marktkapitalisierung (am 30. 6.) in Mio.		3.227	5.023		1.650	2.568

*) bei den Zahlen handelt es sich um die Zahlen der MEDION-als-ob-AG



Inhalt



Vorwort 6

Bericht des Aufsichtsrates 8



Lagebericht 12



Masse maßgeschneidert 22

Von der Marktforschung bis zur Garantieabwicklung

25 Geschäftsfeld PC/Multimedia

27 Geschäftsfeld Unterhaltungs- und Haushaltselektronik

28 Geschäftsfeld Kommunikationstechnik

29 Langfristige Wachstumspotentiale

30 Wachstumsfeld Neue Medien

31 Wachstumsfeld E-Commerce

33 MEDION-Vertriebswege



Die MEDION-Aktie 36



Konzernabschluß der MEDION AG 43

44 Bilanz

46 Gewinn- und Verlustrechnung

47 Ergebnis je Aktie

48 Kapitalflußrechnung

50 Anlagespiegel

52 Anhang

62 Bestätigungsvermerk



Einzelabschluß der MEDION AG 65

66 Bilanz

69 Gewinn- und Verlustrechnung

70 Anlagespiegel

72 Anhang

82 Bestätigungsvermerk

85 **Termine und Investor Relations-Kontakt**



Flexibilität.

Wer Tanja Romanski im Haus hat, kann sich den Quirl sparen und sich besser auf die Entwicklung von Toastern, Satelliten-Anlagen, Universalfernbedienungen, Headsets oder MP-3-Playern konzentrieren. Immer aktiv, hält die 29-Jährige im Bereich Support für Unterhaltungs- und Haushaltselektronik den kreativen Köpfen den Rücken frei. Sie behält in ihrer hochtechnisierten Welt immer fortschrittlicher Produkte den Überblick, indem sie sich an dem Mittelpunkt ihrer Überzeugung orientiert: das menschliche Miteinander unter den Kollegen genauso zu fordern, wie Endabnehmer als auch Geschäftskunden zufrieden zu stellen. Die frühere EDV-Dozentin kennt alle MEDION-Geräte, testet sie privat auf Herz und Nieren, beruflich auf Bits und Bytes und ist so etwas wie eine Frau gewordene Bedienungsanleitung für viele Lebenslagen, Ansprechpartnerin für alles und jeden im Unternehmen und dauermotivierend für ihr Team, dem sie regelmäßige Schulungen und Fortbildungen organisiert, um es up to date zu halten. Daß sie es selber ist, muß sie Tag für Tag im ausrutscherfreien Umgang mit den Kunden beweisen. Am Telefon zum Beispiel nicht ins Schlingern zu geraten, wenn eine 87 Jahre alte Dame aus Berlin doch bitte schön erklärt haben möchte, wie sich denn der neue Videorecorder mit der noch neueren Universalfernbedienung kombinieren läßt und der Fernseher, der doch immer so zuverlässig war – Sie wissen schon – auf einmal nur noch zum rosa Rauschen bereit ist ... – das ist mehr als nur Pflicht am Kunden. Es ist die Kür für den Konsumenten, die bei rund 3000 Anrufen Tag für Tag zu vollführen ist. „Keiner ist wie der andere“, sagt Tanja Romanski. Und sitzt am Ende eines jeden Tages der Kunde zufrieden zwischen Recorder, TV und Micro-Anlage, dann – ja dann – kommt auch der Quirl langsam zur Ruh'.



Expansion als Programm

Sehr geehrte Aktionäre,

im Herbst 1999 wurde erneut ein MEDION-Computer von den Lesern der größten europäischen Computerzeitschrift zum besten Hardware-Produkt des Jahres gewählt. Im Oktober, November sowie Dezember 1999 erreichten alle drei getesteten PC-Systeme das Preis-Leistungsverhältnis „sehr gut“. Besonders gefreut hat uns, daß wir im April 2000 erstmals einen Testsieger im Ausland stellen konnten. Das französische Fachmagazin „Micro Hebdo“ kürte das MEDION-Notebook MD 9935 vor zahlreichen bekannten Markenherstellern zur Nr. 1. Als einziges Notebook erreichte unser Produkt das Preis-Qualitätsmerkmal „sehr gut“.

Kundenorientierung als Erfolgskonzept

MEDION arbeitet mit einem unikaten Geschäftskonzept an der Schnittstelle zwischen weltweit bekannten Markenherstellern von High-Tech-Produkten und den Massenvertriebskanälen der großen europäischen Handelskonzerne.

Als modernes Marketingunternehmen steuern wir den gesamten Wertschöpfungsprozeß ausgehend von der Produktidee bis zum Point of Sale: Unser Team konzipiert im Trend liegende Produkte für Aktionsverkäufe, testet deren voraussichtliche Akzeptanz, berät Handelsunternehmen bei der technischen Ausgestaltung dieser Artikel, entwirft das Design und bietet ein entsprechendes Qualitäts- und Logistikmanagement. Der umfassende After-Sales-Service für den Endverbraucher komplettiert unser Full-Service-Konzept.

Bei all unseren Aktivitäten stehen der Erfolg unserer Partner im Handel sowie die Zufriedenheit des Endverbrauchers im Vordergrund. Besondere Aufmerksamkeit legen wir, insbesondere im Produktmanagement, auf das Aufspüren zukünftiger Trends sowie die kontinuierliche Verbesserung der Produktqualität. Durch den engen Kontakt zu den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen weltweit bekannter Markenhersteller sind wir in der Lage, frühzeitig Trendprodukte zu erkennen. Gleichzeitig analysieren wir genau das Feedback der Endverbraucher auf unsere Produkte, um auf diese Art und Weise kontinuierlich Qualitätssteigerungen zu erreichen.

Das Ergebnis dieser Aktivitäten ist unser Best-Value-Konzept, bei dem wir einen optimalen Mix aus Preis, Qualität und Service bieten.

Der erfolgreiche Börsengang, positive Testergebnisse, ein internationales Team von motivierten Mitarbeitern sowie neue, renommierte Partner auf Handels- und Lieferantenseite haben zu einem sehr erfolgreichen Geschäftsjahr 1999/00 geführt.

Erfolgreicher Börsengang ermöglicht

Europaexpansion

Aufgrund der erfreulichen Kursentwicklung, der Resonanz von Analysten und Investoren sowie der positiven Berichterstattung in Wirtschaftsmagazinen kann MEDION als eine der erfolgreichsten Neuemissionen des Jahres 1999 bezeichnet werden. Im März 2000 belegte MEDION bei einer Befragung von 60 Brokern, Bankern sowie Fondsmanagern nach ihren Favoriten am Neuen Markt unter 140 Neuemissionen am Neuen Markt 1999 den ersten Platz.

Die durch den Börsengang verbreiterte finanzielle Basis, die infolge regelmäßiger Berichterstattung erhöhte Transparenz gegenüber Lieferanten und Kunden sowie der gestiegene Bekanntheitsgrad haben uns den Einstieg auf europäischer Ebene erleichtert.

Mittlerweile in über 10 europäischen Ländern mit unserem Full-Service-Konzept aktiv, konnten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr den Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz vor Erlösschmälerungen von 4,6% auf 14,2% steigern. In absoluten Zahlen entspricht das fast einer Verfünfachung des Umsatzes von ca. 74 Mio. DM auf 354 Mio. DM. Neue Kunden im Inland, digitale Produktneuheiten sowie der Bereich Neue Medien haben ebenfalls zum Unternehmenswachstum beigetragen.

Übertreffen der Prognosen

Die endgültigen Zahlen liegen erheblich über den Markterwartungen noch zu Jahresanfang. So kletterten die Umsatzerlöse ausgehend von 1,6 Mrd. DM (818 Mio. Euro) im Vergleichsjahr 1998/99 auf 2,473 Mrd. DM (1,264 Mrd. Euro) im Berichtsjahr 1999/00, ein Anstieg von 55%. Als Jahresüberschuß wurden 67,0 Mio. DM (34,3 Mio. Euro) erzielt. Das DVFA/SG-Ergebnis beträgt 1,43 Euro pro Aktie. Damit verbesserten wir das Vorjahresergebnis je Aktie nach DVFA/SG (0,89 Euro) um gut 60%.

Seit unserem Börsengang haben wir unsere Strategie mit den Punkten Internationalisierung, neue Kunden im Inland, Erweiterung der Produktpalette, Ausbau des Bereiches Neue Medien konsequent verfolgt und dabei die selbst gesetzten Ziele und externen Prognosen übertroffen.

Unser besonderer Dank gilt unseren Mitarbeitern für ihr unermüdliches Engagement bei der Verfolgung unserer Expansionsstrategie. Zum Wohle unserer Kunden, Anleger und Partner werden wir weiter intensiv daran arbeiten, das in uns gesetzte Vertrauen zu bestätigen.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen

Der Aufsichtsrat hat sich während des Geschäftsjahres 1999/00 über den Gang der Geschäfte und die Lage des Unternehmens im Rahmen von vier Sitzungen sowie aufgrund regelmäßiger schriftlicher und mündlicher Berichterstattungen informiert und die Geschäftsführung des Vorstandes der Gesellschaft beratend begleitet und überwacht. Angelegenheiten von grundsätzlicher Bedeutung, namentlich die nach Gesetz und Satzung an seine Zustimmung gebundenen Geschäfte, hat der Aufsichtsrat sorgfältig geprüft und – soweit erforderlich – seine Zustimmung erteilt.

Schwerpunkte der Beratungen im Berichtsjahr waren neben der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens

- neue Kooperationen mit Lieferanten,
- die Internationalisierungs- und E-Commerce-Strategie der Gesellschaft,
- die Umstellung des Grundkapitals auf Euro, Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln, Durchführung eines Aktiensplits im Verhältnis 1:4 und Neustückelung der Aktien,
- die erforderlichen Vorkehrungen im Zusammenhang mit der Umstellung auf das Jahr 2000
- sowie die Etablierung eines Risikomanagement-Systems.

Dabei konnte sich der Aufsichtsrat 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.

Auch außerhalb der Sitzungen stand insbesondere der Aufsichtsratsvorsitzende in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand. Weil der Aufsichtsrat aus nur drei Personen besteht, wurden keine Ausschüsse gebildet.

Die Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft hat im Auftrag des Aufsichtsrates den Jahresabschluß und den Lagebericht der MEDION AG zusammen mit dem Anhang zum 30. Juni 2000 geprüft. Der Abschlußprüfer hat dem Abschluß den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Darüber hinaus hat der Abschlußprüfer den Aufbau eines Risikomanagement-Systems einschließlich eines Risikofrühwarnsystems im Sinne von § 91 Abs. 2 AktG bei der MEDION AG projektbegleitend unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. festgelegten Grundsätze zur Prüfung des Risikofrüherkennungssystems nach § 317 Abs. 4 HGB (IDW Prüfungsstandard 240) geprüft und die bisher erarbeitete Konzeption als eine zweckmäßige Basis für die bis zum 31. Dezember 2000 vorgesehene Etablierung angesehen.

Diese Unterlagen, der Jahresabschluß, der Lagebericht und der Bericht des Abschlußprüfers haben allen Mitgliedern des Aufsichtsrates vorgelegen. Sie sind in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 31. August 2000 in Anwesenheit des Abschlußprüfers eingehend behandelt worden. Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluß und den Lagebericht der MEDION AG überprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind keine Einwendungen zu erheben. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluß hat der Aufsichtsrat gebilligt, der damit festgestellt ist. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinnes an. Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern MEDIONs für ihre erfolgreiche Arbeit im abgelaufenen Geschäftsjahr besonderen Dank und Anerkennung aus.

Essen, 1. September 2000

Der Aufsichtsrat

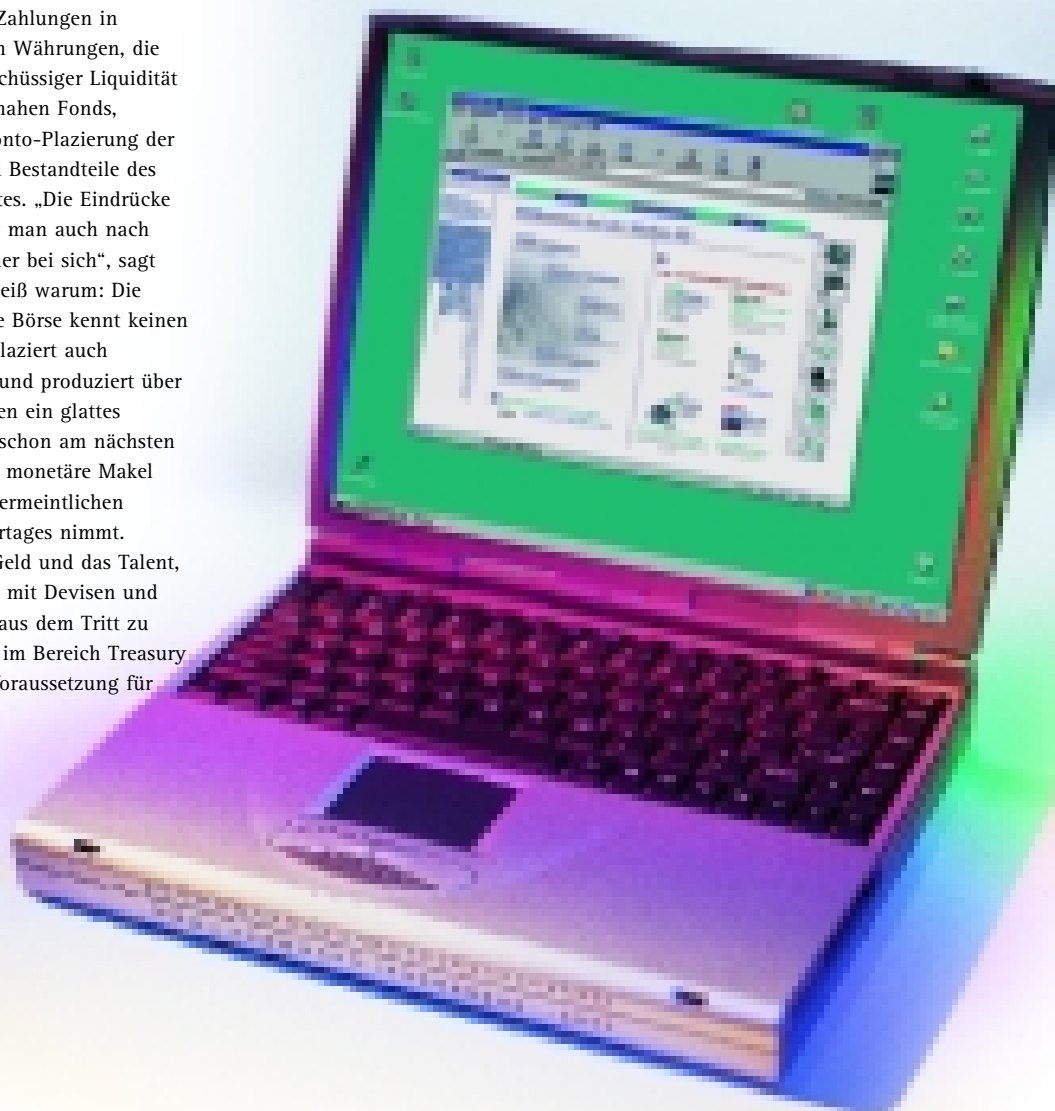


Dr. Rudolf Stütze, Vorsitzender



Kontrolle.

Nicht Soll, nicht Haben sollst
Du haben, sondern eine Null
auf dem Konto. Denn zuviel Geld
kostet mindestens so viel
Geld wie zu wenig davon. Wenn
Jörg Sopart um kurz nach
Acht in der Frühe seinen Job
im Controlling/Treasury der
MEDION-Finzen beginnt,
steht der Vormittag deshalb ganz
im Zeichen der Disposition:
Ausgehende Zahlungen in
verschiedenen Währungen, die
Anlage überschüssiger Liquidität
in geldmarktnahen Fonds,
taggenaue Konto-Plazierung der
Summen sind Bestandteile des
Tagesgeschäftes. „Die Eindrücke
des Tages hat man auch nach
dem Job immer bei sich“, sagt
Sopart, der weiß warum: Die
internationale Börse kennt keinen
Feierabend, plazierte auch
nach 20 Uhr und produziert über
Nacht zuweilen ein glattes
Parkett, dem schon am nächsten
Morgen jeder monetäre Makel
stumpf den vermeintlichen
Glanz des Vortages nimmt.
Gespür fürs Geld und das Talent,
bei dem Tanz mit Devisen und
Dispos nicht aus dem Tritt zu
geraten, sind im Bereich Treasury
unbedingte Voraussetzung für
den Erfolg.



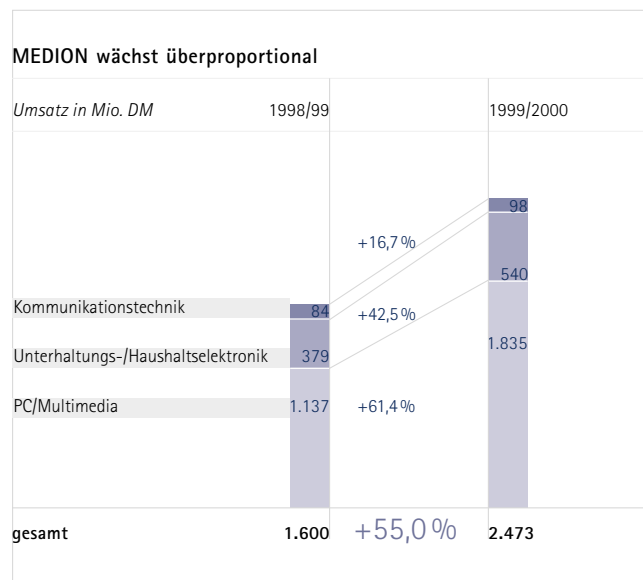
Passende Strategie

Während der deutsche Handel aufgrund schwieriger Rahmenbedingungen die Vorjahresumsätze lediglich halten konnte, hob sich der Gesamtmarkt für Consumer Electronics (CE)¹⁾ mit einem Zuwachs von 10,7% von 32,1 Mrd. DM auf 35,6 Mrd. DM deutlich positiv ab. Innerhalb dieses erfreulichen Gesamttrends erzielten speziell Home-PCs inklusive Peripherie und Zubehör wie im Vorjahr rasante Steigerungen und waren mit einem Umsatzplus von 24,9% der eigentliche Wachstumsmotor im CE-Markt. Der Umsatz von Videogeräten und tragbaren Audiogeräten wuchs nur moderat; in den Bereichen Mobiltelefone, digitale SAT-Anlagen, DVD-Player und TV-Kombinationen konnten die Umsätze dagegen deutlicher gesteigert werden²⁾.

MEDION erkennt und analysiert Markttrends und vermarktet Trendprodukte aus dem Bereich Consumer Electronics im Rahmen von zeitlich limitierten Aktionsverkäufen.

MEDION agiert dabei als Partner renommierter europäischer Handelsunternehmen. Zu den Service-Dienstleistungen gehören Produktkonzeption, Design, Branding, Produktions-, Qualitäts-, Logistikmanagement sowie ein kompletter After-Sales-Service für den Endverbraucher.

Der von den Trends Digitalisierung, Miniaturisierung und Integration geprägte Markt für Unterhaltungselektronik und Multimedia-Produkte in Verbindung mit einem sich zunehmend verbessernden Konsumklima brachte auch für MEDION erkennbare Wachstumsimpulse. Unser Know-how im Erkennen und Vermarkten innovativer Trendprodukte mit unseren starken Partnern ließ Verkaufsfaktionen mit CD-Brennern, Modems, Internet-Cameras, Flachbildschirmen, DVD-Playern oder Dolby-Surround-Anlagen zu Verkaufsrennern werden. Diese Produktneuheiten im MEDION-Sortiment trugen mit einem Gesamtvolumen von insgesamt 245 Mio. DM deutlich zum Gesamtwachstum bei. Gerade in Märkten, die in ihren einzelnen Teilsegmenten differenziert wachsen, ist die Strategie MEDIONs, zukünftige Trendprodukte mit hohem Verkaufspotential aus einer breiten Produktpalette herauszufiltern, der richtige Ansatz.



¹⁾ Ohne Software

²⁾ BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

MEDION wächst schneller als der Markt

Dank des überzeugenden Marketing- und Dienstleistungskonzeptes wuchs MEDION deutlich schneller als der Markt.

Auch im Geschäftsjahr 1999/00 konnte MEDION mit einer erheblichen Umsatzsteigerung erneut seine Stellung als erstklassiger Wachstumswert beweisen. Die Umsatzerlöse stiegen im Vergleich zum Berichtsjahr 1998/99 um 55% von 1,6 Mrd. DM (818 Mio. Euro) auf 2,473 Mrd. DM (1,264 Mrd. Euro). Hauptwachstumsträger war erneut der Bereich Multimedia-Produkte. Das Thema Internet, schnell fortschreitende Technologie mit immer kürzeren Produktlebenszyklen sowie neue multimediale Anwendungen sorgten in diesem Segment für einen Zuwachs um 61,4% von 1.137 Mio. DM auf 1.835 Mio. DM. Auf diesen Bereich entfielen 74,2% des Gesamtumsatzes. Unterhaltungs- und Haushaltselektronikprodukte steuerten mit einem Anstieg um 42,5% von 379 Mio. DM auf 540 Mio. DM 21,8% zum Gesamtumsatz bei. Getrieben wurde das Wachstum in diesem Bereich von der Digitalisierung sowie dem Zusammenwachsen mit dem Bereich Multimedia. Erfolgreiche Wachstumsprodukte waren hier DVD-Player, Camcorder, Microanlagen sowie großformatige Fernseher. Erfreulich entwickelte sich auch die Kommunikationstechnik, wo besonders der Bereich Satellitentechnik zu dem positiven Ergebnis beitrug. Bei einem von 84 Mio. DM auf 98 Mio. DM gestiegenen Umsatz beträgt der Anteil an den Gesamterlösen 4%.

Expansion auf europäischer Ebene

1998/99 war MEDION mit einem Auslandsanteil von 4,6% schwerpunktmäßig im deutschen Markt tätig.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir das im Inland erfolgreiche Konzept auch auf Europa übertragen. Der Aufbau eines europäischen Konzeptes durch die Gründung eigener Tochtergesellschaften bzw. die Kooperation mit ausgesuchten Service-Partnern zahlte sich 1999/00 aus. Große Verkaufsaktionen wurden bereits gleichzeitig in mehreren europäischen Ländern mit unseren Partnern im Handel durchgeführt. MEDION ist mit seinem Full-Service-Konzept in über 10 Ländern in Europa aktiv. Dadurch eröffnet sich ein Potential von über 70% des Gesamtmarktes für Consumer Electronics in Europa. MEDION folgt mit seiner Europastrategie konsequent den Internationalisierungsbestrebungen seiner Kunden. Dabei profitierte MEDION insbesondere von der Partnerschaft zu großen Handelskonzernen mit zunehmend zentralisiertem Einkauf und Qualitätsmanagement, welche in steigendem Maße die Vorteile des globalen MEDION-Konzeptes erkennen.

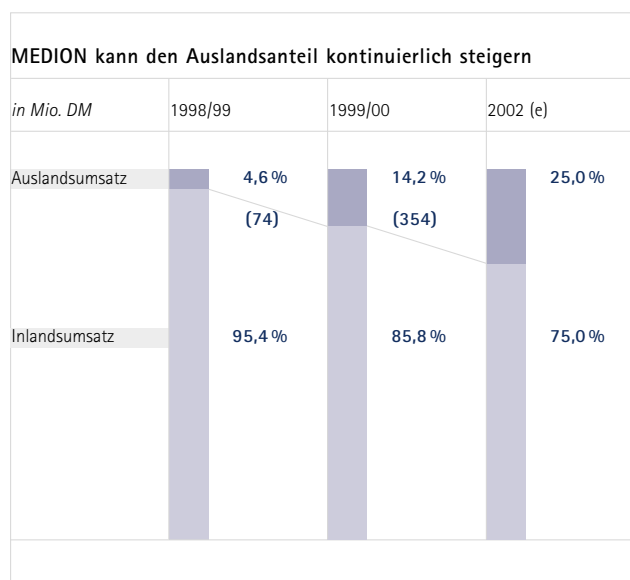
Die Auslandsumsätze konnten im Vergleich zum Geschäftsjahr 1998/99 von 74 Mio. DM (37,84 Mio. Euro) auf ca. 354 Mio. DM (181 Mio. Euro) fast verfünffacht werden. Dabei ist der beste Einstieg im Nachbarland Frankreich gelungen. Wir bauten schnell zu den renommiertesten Handelskonzernen Geschäftsbeziehungen auf und haben durch unser komplettes Service-Konzept und die von uns gelieferte Produktqualität überzeugen können. Die Umsätze wurden hier von 4 Mio. DM auf über 90 Mio. DM gesteigert. Aber auch in England, Benelux und Österreich wurden mehrere erfolgreiche Aktionen plaziert, strategische Kunden gewonnen und aufgebaut. Die Länder liegen, gemessen am Umsatz von jeweils ca. 40 Mio. DM bis 50 Mio. DM, auf den weiteren Plätzen. Erfolgreich ist uns auch der Einstieg in Skandinavien und Spanien gelungen.

Auf dem gelegten Fundament basierend steht einem weiteren Ausbau der internationalen Aktivitäten nichts mehr im Wege. Nach einem Anstieg von 4,6% auf 14,2% Auslandsanteil sind die prognostizierten 20% bis 25% für das Jahr 2002 weiter fest im Visier.

Die Überwachung aller Auslandsaktivitäten erfolgt zentral durch die MEDION AG Deutschland. Monatliche Finanzberichterstattung zwecks Kostentransparenz und Kontrolle, Statistiken der After-Sales-Aktivitäten inklusive Kundenzufriedenheitsmessung sowie die kontinuierliche Leistungsüberprüfung unserer Service-Partner anhand von eigens entwickelten Kennzahlensystemen ermöglichen einen sicheren Überblick unserer internationalen Aktivitäten.

Wachstumsfaktor Neue Medien

Die vielseitigen Möglichkeiten der Kombination moderner Informations- und Kommunikationsanwendungen mit attraktiven Geräten sowie die Vielzahl der neuen Dienste und Service-Leistungen bieten umfangreiche Perspektiven. Die Bündelung von Internet-, ISDN-, Tarif- und Mobilfunkangeboten mit Hardware-Verkaufsaktionen steigert die Attraktivität der Produkte für den Endverbraucher. Die Vermarktung von Internet-Zugängen wurde in diesem Geschäftsjahr zum ersten Mal parallel in mehreren europäischen Ländern erfolgreich durchgeführt. Insgesamt wurden im Bereich Neue Medien mehrere zehntausend Internet-, ISDN- bzw. Mobilfunkangebote vermittelt. Hierzu haben auch erfolgreiche Direktmarketingaktionen in Form von Mailings bzw. Printwerbung beigetragen.



In Zukunft wird MEDION zusammen mit seinen Partnern verstärktes Augenmerk auf die mobile Nutzung von Medieninhalten und Internet-Anwendungen legen. Die Einführung neuer Technologien wie WAP³⁾, GPRS⁴⁾ oder UMTS⁵⁾ wird in absehbarer Zeit eine neue Qualität mobiler Kommunikation und mobilen Computings generieren.

Ertragslage

Die sehr positive Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch im Ergebnis wider. Nach Abzug der Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von 64,1 Mio. DM (VJ: 33,6 Mio. DM) erzielte MEDION einen Jahresüberschuß von 67,0 Mio. DM (VJ: 34,8 Mio. DM). Das auf 24 Mio. Aktien verteilte DVFA/SG-Ergebnis pro Aktie erhöhte sich um gut 60% von 0,89 Euro auf 1,43 Euro. Ein verbessertes Finanzergebnis sowie ein durch den Bereich Neue Medien getriebener Anstieg bei den sonstigen betrieblichen Erträgen haben neben der Umsatzausweitung zu der erfreulichen Ergebnisentwicklung beigetragen.

Solide Finanzlage

Die Cash Earnings nach DVFA/SG für den MEDION-Konzern betragen im Geschäftsjahr 1999/00 69,6 Mio. DM gegenüber 44,1 Mio. DM im Vorjahr.

Der zum Bilanzstichtag gegenüber dem Vorjahr erhöhte Mittelbedarf aus dem laufenden Geschäft zur Finanzierung der Forderungen und Vorräte von zusammen rund 293 Mio. DM wurde aus dem Cash Flow und aus den Liquiditätsreserven finanziert. Zu berücksichtigen ist, daß es durch das für MEDION typische Projektgeschäft im Zeitablauf zu starken Schwankungen im Finanzmittelbedarf und Finanzmittelzufluß und damit zu Verzerrungen bei den stichtagsbezogenen Kennziffern kommt. Trotz der zum Bilanzstichtag außergewöhnlich hohen Forderungs- und Vorratsbestände weist MEDION noch einen Bestand an liquiden Mitteln und Wertpapieren des Umlaufvermögens von zusammen 87 Mio. DM aus, denen kurzfristige Verbindlichkeiten von nur 43 Mio. DM gegenüberstehen.

³⁾ *Wireless Application Protocol*
⁴⁾ *General Packet Radio Service*
⁵⁾ *Universal Mobile Telecommunications*

Investitionen

Im Geschäftsjahr 1999/00 beliefen sich die Investitionen insgesamt auf gut 2 Mio. DM (1998/99: 6,1 Mio. DM). Der Ausbau der Vertriebs- und Service-Stellen in Frankreich und England wurde, wie geplant, weiter vorangetrieben. Für die Zukunft ist der kontinuierliche weitere Ausbau der Vertriebs- und Service-Stellen in Frankreich, England sowie anderen europäischen Ländern, entsprechend der weiteren Entwicklung der von dort aus bedienten Märkte, vorgesehen. Die Planungen für den Neubau eines Verwaltungsgebäudes am Standort Mülheim sind noch nicht abgeschlossen. Die Lösung der Standortfrage gestaltet sich aufgrund der gewünschten Grundstücksgröße schwierig. Es ist vorgesehen, die Standortsuche noch im Jahr 2000 abzuschließen. Aufgrund der Geschäftsentwicklung und der für die Zukunft absehbaren weiteren Entwicklung wurden in Mülheim und Essen, zur Überbrückung des Zeitraumes bis zur Fertigstellung des Neubaus, Räumlichkeiten angemietet und den unternehmensspezifischen Bedürfnissen entsprechend umgebaut und ausgestattet. Im immateriellen Bereich wurde das Management-Informationssystem und das Warenwirtschaftssystem weiter ausgebaut. Zur Sicherstellung des störungsfreien Datenverkehrs zwischen den verschiedenen Betriebsteilen und Standorten im In- und Ausland und der internen Datenverarbeitung wurde eine sogenannte Hochverfügbarkeitslösung eingeführt. Die dafür notwendigen Investitionen beliefen sich auf 548,3 TDM. Die Finanzierung der Investitionen erfolgte aus dem Cash Flow.

Qualifizierte Mitarbeiter

Die MEDION AG beschäftigte zum Stichtag 30. Juni 2000 467 Mitarbeiter, davon 371 Vollzeit- und 96 Teilzeitbeschäftigte (Stichtag 30. Juni 1999: 329 Mitarbeiter). Dies ist eine Steigerung zum Vorjahr von 138 Mitarbeitern. Der Jahresdurchschnitt im Geschäftsjahr 1999/00 betrug 423 Mitarbeiter (1998/99: 312 Mitarbeiter). Im Ausland beschäftigten wir zum 30. Juni 2000 42 Mitarbeiter (1998/99: 6 Mitarbeiter). Der Jahresdurchschnitt lag hier bei 24 Mitarbeitern (1998/99: 3 Mitarbeiter). Das durchschnittliche Alter der Mitarbeiter beträgt 32 Jahre, welches auch ein Faktor für den hohen Elan, die Motivation und Schlagkraft unseres Personals ist. Der höchste Mitarbeiteranteil entfällt auf den Bereich After-Sales-Service (Lager, Service-Sachbearbeitung, Kundentechnik, Call-Center), in dem zum Stichtag insgesamt 354 Mitarbeiter beschäftigt waren. Die Personalpolitik ist ausgerichtet auf Stärkung der Eigenverantwortung und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter. Dies wird durch eine flache Hierarchie gefördert. Personalentwicklungsmaßnahmen finden im besonderen im Bereich Call-Center und Kunden-Service-Zentrum statt. Alle Mitarbeiter durchlaufen mehrere interne Seminarstufen, in denen Kommunikationsfähigkeiten sowie produktspezifische Kenntnisse den neuesten Anforderungen entsprechend vermittelt werden. Im Zuge der internationalen Ausrichtung werden sämtlichen Mitarbeitern des Unternehmens Fremdsprachenkurse in Englisch angeboten.

Zukünftig wird MEDION die Personalentwicklung ausbauen, indem gezielt Seminare und Trainings für die persönliche und fachliche Weiterentwicklung angeboten werden.

Marken, Geschmacksmuster, Lizenzen

Der Markenbestand wurde insbesondere territorial auf Europa und zum Teil auf die USA weiter ausgedehnt. Die Bedeutung der MEDION-Marken zeigte sich auch in einer zunehmenden Zahl von „Trittbrettfahrern“, die versuchten, ähnliche Kennzeichnungen markenrechtlich schützen oder als Domain registrieren zu lassen. Im Rahmen laufender Kollisionsüberwachung wurden solche Fälle ermittelt und anschließend rechtlich verfolgt. Alle Fälle konnten erfolgreich außergerichtlich geklärt werden.

Besondere Ereignisse

Kooperation AOL Europe

MEDION und AOL Europe haben im März 2000 ihre erfolgreiche Marketing- und Distributionskooperation im deutschen Markt auf weitere europäische Länder ausgedehnt. Die Allianz zwischen dem europäischen Online-Dienst und MEDION umfaßt nun auch die Märkte in Österreich, England, Frankreich und die Benelux-Staaten. Wesentlicher Bestandteil der Vereinbarung ist die Gründung einer gemeinsamen Organisationseinheit für die Entwicklung, Durchführung und Koordination umfangreicher Vertriebs- und Marketingaktivitäten.

Beide Unternehmen verstehen die Ausweitung der Partnerschaft als Fortsetzung der erfolgreichen Zusammenarbeit auf dem deutschen Markt. Die Strategie ist es, Verkaufsaktionen von Multimedia-Komplettpaketen – wie PCs und Notebooks – mit attraktiven Online-Angeboten zu verknüpfen und auf breiter Basis über verschiedene Kanäle am Markt zu platzieren.

Auch auf dem europäischen Wachstumsmarkt der mobilen Internet-Nutzung werden AOL und MEDION gemeinsam tätig werden. Hierbei werden die Partner den Trend zur mobilen Nutzung von Medieninhalten und Internet-Anwendungen auf Mobiltelefonen oder Handhelds in konkrete Produkte für Endverbraucher umsetzen.

Ein Konzept setzt sich auch im Internet durch
<http://www.medion.de>

Mit dem Relaunch der Website im Juni 2000 möchte MEDION dem Kundenanspruch nach verbessertem Service, direkter Kommunikation und einer funktionalen und sicheren Online-Bestellmöglichkeit gerecht werden. Neben strategischen Kooperationen sieht MEDION in der neuen Website den wesentlichen Bestandteil der zukünftigen Internet-Strategie, welche mittelfristig einen Anstieg der Umsätze im Bereich E-Commerce auf ca. 100 Mio. DM bis 150 Mio. DM vorsieht.

Die zu Testzwecken implementierten Sonderverkaufsaktionen, welche in punkto Absatzvolumen alle Erwartungen übertrafen, werden ausgeweitet sowie durch ein vergrößertes „virtuelles Kaufhaus“ ergänzt.

Die herkömmlichen Vertriebswege besitzen im Sinne der Handelspartner jedoch auch weiterhin absolute Priorität. Durch zeitliche und produktspezifische Differenzierung werden Kollisionen mit den MEDION-Handelsverkaufsaktionen ausgeschlossen.

Organisationsentwicklung und Risikomanagement

Die ambitionierten Vertriebsziele und Umsatzsteigerungen wurden von einer effizienten Unternehmensorganisation umgesetzt. MEDION hat im Berichtsjahr die Strukturen und Prozesse kontinuierlich verbessert und an die Anforderungen der neuen Größenordnungen angepaßt. In allen Kernbereichen der Organisation wurden organisatorische Verbesserungen realisiert, um häufig zu beobachtende Fehler stark wachsender Unternehmen zu vermeiden. Diverse Projekte zur Prozeßoptimierung mit dafür eingestellten Spezialisten und mit Unterstützung durch externe Berater wurden eingeleitet und durchgeführt, u.a. interne und externe Auditprogramme, Steuerungssysteme für Sales und After-Sales, Workflow- und Projektmanagement, Qualitätsmanagement und Reklamationsmanagement. Das Personal wurde in wesentlichen Fach- und Führungsfunktionen qualitativ und quantitativ verstärkt.

Durch die Fortentwicklung des bereits im Vorjahr begonnenen Aufbaus des MEDION-Risikomanagement-Systems werden die wesentlichen Risikobereiche überwacht.

Die drei Komponenten des Systems,

- Internes Kontrollsystem/Controlling zur Steuerung der Prozeßrisiken,
 - Interne Revision zur Steuerung der Organisationsrisiken,
 - Risikofrühwarnsystem zur Steuerung der strategischen Geschäftsrisiken,
- sollen retrospektiv und prospektiv alle wesentlichen Risiken transparent machen. Das Risikomanagement-System wird in das Management-Informationssystem integriert und liefert damit die Risikoinformationen für die Entscheidungsträger. In Abstimmung zwischen Aufsichtsrat und Abschlußprüfer wurde das Risikomanagement zu einem die Jahresabschlußprüfung ergänzenden Prüfungsschwerpunkt gemacht. Die daraufhin erfolgte Beauftragung des Abschlußprüfers für eine projektbegleitende Prüfung beim Aufbau des Risikomanagement-Systems soll sicherstellen, daß die Anforderungen des KonTraG erfüllt werden.

Corporate Governance als Grundprinzip der Unternehmensführung

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG begrüßen ausdrücklich die Entwicklung von Corporate Governance-Grundsätzen für börsennotierte Gesellschaften durch die Grundsatzkommission Corporate Governance. Corporate Governance wird bei MEDION als Kernelement der Unternehmensführungs- und Kontrollgrundsätze verstanden und in Zukunft in der Unternehmenspraxis umgesetzt. Der derzeitige Stand der Corporate Governance-Grundsätze (Code of Best Practice) enthält auch für MEDION wichtige Anregungen für die konkrete Fortentwicklung der eigenen Corporate Governance-Praxis.

Derzeit werden in Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat die eigenen Corporate Governance-Grundsätze erarbeitet. Die bisher bestehenden Geschäftsordnungen für Vorstand und Aufsichtsrat werden überarbeitet und bei Bedarf an die neuen Anforderungen angepaßt. Ein Compliance-Beauftragter wird die Einhaltung der Corporate Governance-Grundsätze überwachen und in dieser Eigenschaft direkt an den Aufsichtsrat berichten.

Der Schutz und die Beachtung der Aktionärsrechte, insbesondere auch der Grundsatz der Gleichbehandlung, sind für Vorstand und Aufsichtsrat entscheidende Leitmaximen für das eigene Handeln.

Strategie und Ausblick

Die hohe und weiter steigende Akzeptanz unseres umfassenden Marketing-Dienstleistungskonzeptes in Deutschland und Europa bildet eine exzellente Ausgangsbasis.

Gezielte Investitionen in den Ausbau der europäischen Aktivitäten, das Finden neuer Trendprodukte über ein weltweites Beschaffungsnetzwerk sowie die Ausweitung des Bereiches Neue Medien sorgen für weiteres Wachstum. In der Zukunft erwarten wir zusätzliche interessante Perspektiven durch die Forcierung des E-Commerce-Bereiches. Es besteht kein Zweifel mehr daran, daß sich das Internet in der breiten Bevölkerung als alltäglich genutztes Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationsmedium fest etabliert hat.

Die sich bietenden Chancen stimmen uns zuversichtlich, die angestrebten Wachstumsraten in Umsatz und Ertrag in Höhe von 25% bis 30% auch im neuen Geschäftsjahr erreichen zu können.



Akrobatik.

Hoch über dem schmalen Grat zwischen „deutlich günstiger“ und „mindestens genauso gut“ kreative Drahtseilakte vollführen zu können, ist Akrobatik. Dabei der staunenden Konkurrenz mit imponierend lakonischer Leichtigkeit auch noch die lange Nase zu zeigen, ist die ganz hohe Schule des Produktmanagements. Fielen da Design oder Packaging allzu steif aus, wäre das Verhältnis zwischen Preis und Leistung nicht ein besonders flexibles, sind bei dem Geschäft mit dem noch nie Dagewesenen, dem naturgemäß Netz und doppelter Boden fehlen, Abstürze programmiert. Die zu verhindern und am Ende des langen Weges eines Produktes von seiner Idee, über den Dummy bis in die Regale auch noch den Applaus des Kunden einzuheimen, ist Artistik des Produktmanagements. An der Schnittstelle zwischen Lieferanten und internen Vertriebsleuten weltweit neue Bezugsquellen zu erschließen, heißt Märkte zu erforschen, Designtrends früher als frühzeitig zu erkennen und dort präsent zu sein, wo Ressourcen nur darauf zu warten scheinen, entdeckt zu werden.



Service, der anderen Erfolge verschafft

In zeitlich limitierten Verkaufsaktionen vermarktet MEDION innovative und hochwertige Produkte zu besonders günstigen Preisen aus den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs-/Haushaltselektronik und Kommunikationstechnik sowie seit dem Berichtsjahr 1998/99 auch Produkte aus dem Bereich Neue Medien. Integriert in ein strategisches Gesamtkonzept decken wir dabei die komplette Wertschöpfungskette ab.

Wir bieten den Partnern im Handel, Endverbrauchern und Lieferanten einen allumfassenden Service. Durch das gesamte Service-Spektrum hat der Handel nunmehr die Chance, attraktive elektronische Produkte anzubieten, ohne selbst das hierfür kostenintensive Know-how aufzubauen. Schulungs-, Beratungs- und Service-Funktionen werden vollständig von MEDION übernommen. Der gesamte Koordinationsaufwand reduziert sich dadurch erheblich.

Für unsere Kunden überprüfen wir das wirtschaftliche Potential ihrer Angebote, erarbeiten zukunftsorientierte Lösungen, analysieren in komplexen Simulationen den optimalen Produktionsprozeß vom Hersteller zum Endverbraucher und minimieren so das Risiko wirtschaftlicher Fehlschläge. Exklusivität ist unser Trumpf: Jeder Handelspartner bekommt ein individuell auf ihn zugeschnittenes Produkt.

Die Wertschöpfungskette der MEDION AG

Produktidee

MEDION betreibt Marktforschung, so daß die neuesten Markt- und Technologietrends in Produktideen umgesetzt werden.

Produktkonzeption

MEDION berät in Fragen der Ausstattung, der Preisgestaltung, sorgt für die technische Spezifikation, testet die voraussichtliche Akzeptanz und sorgt für die Auswahl hochwertiger und preisgünstiger Produktionsstätten.

Produktdesign

MEDION plant 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.

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, LTA).

Logistikmanagement

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

After-Sales-Support

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

After-Sales-Service

Ein besonders wichtiges Element unserer Gesamtdienstleistung ist der After-Sales-Service. Kernstück unseres After-Sales-Service ist das MEDION Technologie Center (MTC) in Mülheim/Ruhr. Hier befinden sich alle wesentlichen Elemente für einen kompetenten After-Sales-Service unter einem Dach:

- Call-Center,
- Bring-in-Service für Endverbraucher,
- Reparatur-Center,
- Logistik-Center für Service-Ware,
- Training-Center.

Mehr als 350 qualifizierte und motivierte Mitarbeiter stehen dem Kunden zur intensiven Betreuung zur Verfügung.

Durch ständige Weiterbildung, offene Kommunikation, flache Hierarchien und kundenorientiertes Denken und Handeln verbessern wir ständig unsere Service-Leistung. Die Qualität des After-Sales-Service ist ein entscheidender Erfolgsfaktor MEDIONs. Durch die Vermarktung der Produkte als Aktionsware in verschiedenen Vertriebslinien tritt das Unternehmen am Point of Sale nicht in Kontakt mit dem Verbraucher. Die Funktionen der Beratung und der weitergehenden Betreuung nach dem Kauf werden als After-Sales-Service vom Call-Center durchgeführt.

Die Zufriedenheit des Verbrauchers mit den Leistungen des Unternehmens wird maßgeblich durch den Kontakt zum Call-Center bestimmt. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, die Erwartungen der Kunden im Hinblick auf einzelne Komponenten des After-Sales-Service zu kennen, um diese erfüllen oder übertreffen zu können. Der Vergleich zwischen der erwarteten und der tatsächlich wahrgenommenen Unternehmensleistung aus Sicht des Endverbrauchers wird aktuell in Zusammenarbeit mit der Universität GH Essen im Rahmen einer Kundenzufriedenheitsstudie bei MEDION ermittelt. Ziel ist es dabei, aus Sicht der Kunden die Gewichtung der einzelnen Leistungskomponenten, aus denen sich die Gesamtzufriedenheit zusammensetzt, in Erfahrung zu bringen. Die konsequente Umsetzung der Kundenerwartungen in Qualitätsverbesserungsprozesse wird die Leistungsfähigkeit unseres After-Sales-Service weiter erhöhen. Unsere aktuelle Leistungsfähigkeit verdeutlichen einige Zahlen aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr:

- Erreichbarkeit der Hotline an 365 Tagen im Jahr,
- in Spitzenzeiten mehr als 30.000 Calls pro Tag.

Daß immer mehr Kunden direkt in unser Kundencenter kommen, liegt nicht zuletzt auch an der kompetenten und freundlichen Beratung durch unser Personal. Mehrere Millionen Menschen wohnen innerhalb einer Autostunde rund um unser Service-Center. Im Geschäftsjahr 1999/00 besuchten zahlreiche Endverbraucher unser MTC.

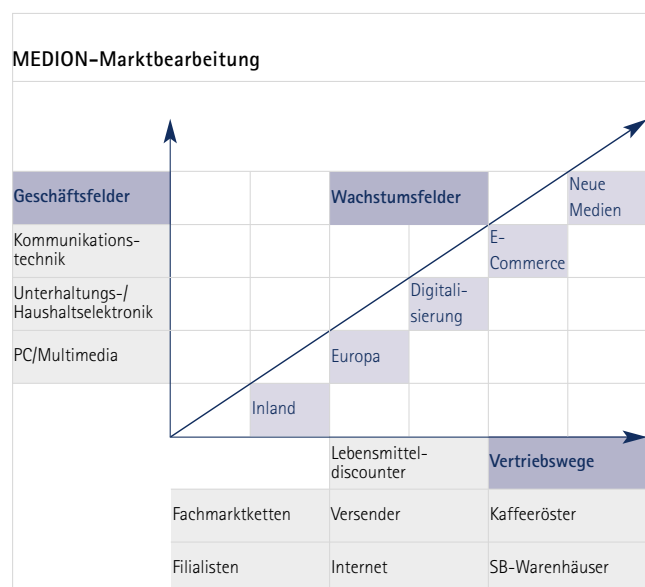
Da wir unsere Partner bei der Ausweitung ihres Geschäftes in Europa begleiten, bieten wir mittlerweile in über 10 europäischen Ländern Service für den Endverbraucher. Die Dienstleistungen orientieren sich dabei immer an den speziellen Bedürfnissen der Endverbraucher in den jeweiligen Ländern.

Die Koordination der Service-Dienstleistungen in Europa und die Versorgung der einzelnen Länder mit Ersatzteilen geschieht zentral durch das MEDION Technologie Center. Unterstützt werden wir dabei von einem modernen, multilingualen, integrierten EDV-System, das durch ständige Weiterentwicklung den sich ändernden Erfordernissen angepaßt wird.

MEDION-Marktbearbeitung

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen, wie hartem Verdrängungswettbewerb und allgemeiner Konsumenten-zurückhaltung, hob sich der Consumer-Electronics-Markt⁹⁾ mit einem Zuwachs von 10,7% auf 35,6 Mrd. DM deutlich positiv vom allgemeinen Konsumtrend ab. Auch für 2000 wird ein Wertwachstum von etwa 6% erwartet. MEDION ist im Consumer-Electronics-Markt (CE) plziert in den Feldern

- PC/Multimedia,
- Unterhaltungs-/Haushaltselektronik,
- Kommunikationstechnik.



⁹⁾ Ohne CE-Software



Multimedia verspricht weiterhin hohes Wachstum

Trotz der Zuwachsraten der letzten Jahre ist Multimedia ein ungesättigter Markt mit starken Wachstumspotentialen. Neben dem hohen Ersatzbedarf im PC-Segment durch die kurzen Produktlebenszyklen wird hochwertige Computertechnologie für den Endverbraucher immer erschwinglicher. Die Bundesbürger – jung und zunehmend auch alt – bringen dem PC mit seinen vielfältigen multimedialen Anwendungsmöglichkeiten immer mehr Interesse entgegen. Dabei ist der Wunsch, im Internet dabei zu sein, weiterhin der wichtigste Kaufimpuls für die Anschaffung eines PCs. Immer mehr Menschen nutzen die Möglichkeit der schnellen Informationsbeschaffung.

Erneute hohe PC-Umsätze in Deutschland

Home-PCs mit Peripherie/Zubehör erzielten wie im Vorjahr rasante Steigerungen und waren mit einem Umsatzplus von fast 25% von 10,6 Mrd. DM auf 13,2 Mrd. DM der eigentliche Wachstumsmotor im CE-Markt.

Der deutsche Home-PC-Markt für private Nutzer wuchs in erster Linie bedingt durch Zukäufe zur Aufrüstung bestehender Anlagen und immer leistungsfähigerer Systeme um 33% von 7 Mrd. DM auf 9,3 Mrd. DM.

Peripherie mit Zubehör brachte es auf ein Plus von 8,8% (von 3,5 Mrd. DM auf 3,9 Mrd. DM). Besonders gut entwickelte sich dabei mit einem Plus von 14% das sonstige PC-Zubehör – Monitore, Keyboards, Speicher, Modems, ISDN-Karten, Sound- und Grafikkarten, CD-Recordable/Rewritable-Laufwerke etc.

Zukünftige Wachstumspotentiale

Die Nachfrage der privaten Haushalte bei Desktop-PCs wird nach Meinung zahlreicher Experten weiter steigen und die abflachenden Zuwachsraten bei gewerblichen Nutzern überkompensieren.

Der Trend geht eindeutig weg vom Computer als Arbeitsgerät und hin zum PC als multimediales Konsumentenprodukt.

Das Interesse an den vielfältigen multimedialen Möglichkeiten steigt generell, die Internet-Nutzung und selbst neueste Technik wird immer erschwinglicher. Die kontinuierliche technische Verbesserung und verbesserte/zusätzliche Ausstattung, die größeren Anwendungsmöglichkeiten der Software (z. B. digitale Fotografie und Bildbearbeitung) werden die Nachfrage weiterhin fördern.

Der Anteil von Home-PCs am PC-Gesamtumsatz wird steil ansteigen. Bis 2004 erwarten Prognosen⁷⁾ einen Anstieg auf ein Volumen von 24,7 Mrd. DM. Experten gehen auch von einer massiven Steigerung des Notebookanteils am Gesamtumsatz PC (1999: 30,4%) in den nächsten Jahren aus. Notebooks für zu Hause und unterwegs, mit DVD-Laufwerk und zusätzlichem Pocketprinter, finden zunehmend Interesse für private Nutzer.

Auch der Absatz von CD-Brennern wird künftig stark wachsen: 1999 hat er sich mit einer Stückzahl von einer Million gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt. Bis Ende 2001 wird mit einem Bestand von 3,4 Mio. Brennern in den deutschen Haushalten gerechnet. Im privaten Nutzerbereich wächst die Bedeutung von individuellen

⁷⁾ BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

Hard- und Software-Lösungen, so daß Innovationen im Peripheriebereich in Teilsegmenten Chancen für zusätzliche Umsätze eröffnen. Immer kürzer werdende Innovationszyklen der Hardware bieten die Chance, daß vorhandene Systeme komplett ersetzt oder permanent aufgerüstet werden.

MEDION-Produktpalette

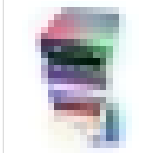
MEDION vertreibt in diesem äußerst dynamischen Geschäftsfeld mit nachhaltigem und großem Erfolg Computer, Drucker, Scanner, Modems und Software. Unsere Produkte sind dabei stets mit den jeweils neuesten verfügbaren Technologien und Komponenten ausgestattet. Sie stehen für Spitzentechnik zu günstigen Preisen. Unsere Lieferanten gehören zu den globalen Marktführern. Der von uns verfolgte Plug-and-Play-Ansatz ermöglicht den Endverbrauchern die einfache Installation ihrer Peripheriegeräte. Nützliches Zubehör kann ohne größeren Aufwand – typisch für unser serviceorientiertes Unternehmen – über Telefon, Internet oder per Post bestellt werden.

MEDION-Marktposition

Die innerhalb kurzer Zeit erreichten bedeutenden Marktanteile im Segment Multimedia konnten kontinuierlich ausgebaut werden. So gelang es MEDION, bei PCs die Position unter den Top-Anbietern in Deutschland weiter zu verbessern. Bei anderen Peripheriegeräten konnten die

Marktanteile, gemessen in Stückzahlen, z. T. über 10% ausgebaut werden. Aufgrund unseres Best-Value-Konzeptes, qualitativ hochwertige, preisgünstige Angebote mit umfangreichem Service anzubieten, konnten wir in Deutschland, aber auch durch strategische Partnerschaften mit großen internationalen Ketten in Europa unsere Marktdurchdringung spürbar vertiefen.

- Ebenso wie 1998 wurde ein MEDION-Computer 1999 erneut von den Lesern der ComputerBILD, Europas größter Computerzeitschrift, zum Goldenen Computer des Jahres gewählt.
- Im April 2000 konnten wir erstmals einen Testsieger im Ausland stellen. Das französische Fachmagazin „Micro Hebdo“ kürte das MEDION-Notebook MD 9935 vor zahlreichen bekannten Markenherstellern zur Nr. 1. Als einziges Notebook erreichten wir das Testurteil „sehr gut“.



Unterhaltungselektronik wieder wachsend

Nach der in den letzten Jahren schwierigen Umsatzsituation in der Branche brachte es die Unterhaltungselektronik 1999 auf 15,5 Mrd. DM und damit erstmals wieder auf ein Plus von 2,9%. Trotz Umsatzrückgang um 3% auf 5,5 Mrd. DM legte der weitgehend vom Ersatzgeschäft getragene TV-Absatz, gemessen in Stückzahlen, um 1,3% auf 5,6 Mio. Geräte zu. Unterstützung boten digitaler Empfang, 100-Hz-Geräte (+18%), Großbildformate (+20%) und neue Bildröhren wie Real Flat. Das Videosegment wuchs erstmals wieder um 2,6% auf 3 Mrd. DM, insbesondere die Nachfrage nach digitalen Camcordern boomte (+19,4%). Auch der herkömmliche Videorecorder konnte die Absatzzahlen um 5% steigern. Der DVD-Player-Absatz von 60.000 im Jahr 1998 stieg auf rund 150.000 Geräte 1999, der Umsatz erreichte – trotz fallender Gerätepreise – rund 220 Mio. DM, gegenüber 1998 eine Steigerung um 83%. Der endgültige Durchbruch der DVD-Technologie wird jedoch erst gelingen, wenn die DVD wie eine Videokassette wiederbespielbar ist. HiFi konnte die Talfahrt der letzten Jahre bremsen und verzeichnete Zuwächse bei MD-Spielern, CD-Recordern, Lautsprechern und tragbaren Audiogeräten (+44% bei tragbaren CD- und MD-Spielern).

Zukünftige Wachstumspotentiale

Die Entwicklung zeigt, daß selbst in gesättigten Teilmärkten mit hoher Haushaltsausstattung Innovationen in erschwinglichen Preislagen den Markt bewegen und Steigerungen bewirken können. Trotz teilweiser hoher Ausstattungsraten in Privathaushalten mit herkömmlicher Technik erwartet der Markt für Unterhaltungselektronik von den neuen Digitaltechnologien zukünftig weitere Wachstumspotentiale für Audio, Video und Aufzeichnungsmedien: Der TV-Markt wird dabei begrenzt wachsen, und zwar weniger oder kaum über Mengen, sondern wertmäßig aufgrund von Ersatzbeschaffungen, sich verschiebender Nachfrage und unterschiedlich wertiger Produktgruppen. Die künftigen Ersatz-, Neu- und Ergänzungsbeschaffungen werden zunehmend von folgenden Faktoren bestimmt: 16:9 TV-Breitbild-Technologie, die 100-Hz-Technik, die Digitalisierung, die den Absatz von TV-Geräten mit integriertem Decoder fördert, eine stärkere Nachfrage nach TV-Video-Kombinationen (+96% bis 2004) sowie ein verstärktes Interesse von kaufkräftigen Haushalten nach Plasma-/Flach-TV-Geräten (+280% bis 2004).



<p>Bei Videorecordern wird eine Technikverschiebung von VCR zu DVD erwartet. DVD wird künftig verstärkt die Brücke zwischen Video und Audio schlagen und im Multimedia-Bereich eine große Rolle spielen. Der Camcorder-Bereich wird wegen der bisher noch geringen Haushaltsausstattung (17%) weiter wachsen. Auch im Audiobereich wird die Digitalisierung langfristig zur Ablösung von über 30 Mio. Anlagen führen. Im HiFi-Segment wird die Nachfrage nach wertigen Dolby-Surround-Komponenten (Receiver, Tuner, MD-Spieler, DVD und Lautsprecher) Rückgänge bei den analogen Geräten kompensieren.</p> <p>MEDION-Umsätze überproportional</p> <p>Trotz der schwierigen Umfeldbedingungen in der Unterhaltungselektronik konnte MEDION die jeweiligen Marktanteile in den letzten Jahren ständig ausbauen und stetig Umsatzzuwächse erzielen. Die strategische Überlegenheit des MEDION-Business-Konzeptes, d. h. Fokussierung auf stark nachgefragte Wachstumsprodukte („Cherry Picking“) und Auslösung von Mitnahme-Effekten durch konkurrenzlos günstige Preise führte auch 1999 zu einer überproportionalen Steigerung des Umsatzes.</p>	<p>Geschäftsfeld Kommunikationstechnik</p> <p>Starke Zuwächse bei Satellitenanlagen</p> <p>1999 konnte der Telekommunikationsmarkt für private Nutzer sein Volumen um 9% auf 3,9 Mrd. DM steigern. Schnurlose Telefone konnten bei leicht fallendem Umsatz den Absatz um 8% auf 4,3 Mio. Stück steigern. Faxgeräte und Anrufbeantworter haben in ihrer Bedeutung als Stand-Alone-Geräte eingebüßt.</p> <p>Hohe Zuwächse verzeichneten Satellitenempfangssysteme mit einem Umsatz von 1,12 Mrd. DM. Immer mehr Haushalte empfangen 1999 ihre Programme direkt über SAT. Die Zahl der Programmempfänger per Satellit stieg 1999 auf 12,1 Mio. oder 36% aller Haushalte.</p> <p>Zukünftige Wachstumspotentiale</p> <p>Während der Absatz von analogen SAT-Anlagen stark zurückgehen wird, versprechen digitale Receiver massive Wachstumschancen im SAT-Bereich. 1999 hat sich der Einsatz von Digitaldecodern gegenüber dem Vorjahr vervielfacht. Die Anzahl der Haushalte, die digitale Sendungen empfangen, ist bis Ende 1999 auf über 1,3 Mio. gestiegen.</p> <p>Umfassendes MEDION-Sortiment gut plaziert</p> <p>Im Bereich Kommunikationstechnik vermarktet MEDION hochwertige, digitale, schnurlose Telefone, Anrufbeantworter sowie Faxgeräte.</p> <p>Satellitentechnik, Decoder, Antennen, Mehrfachsysteme und Receiver runden das Sortiment ab.</p>
--	--

Der Consumer-Electronics-Markt (ohne CE-Software) erwies sich 1999 als beachtlicher Wachstumsmarkt und wird nach Branchenprognosen bis 2004 voraussichtlich um 48 % auf 51 Mrd. DM steigen⁹⁾. Beeinflußt wird diese Entwicklung durch:

- Mengenimpulse durch Ergänzungen/Aufrüstungen vorhandener Geräte/Anlagen/Systeme,
- kräftige Zuwächse durch Innovationen und bei Produkten mit noch geringer Sättigung,
- Verdoppelung der Internet-Nutzerzahlen bis 2003 mit entsprechender Hard- und Software-Beschaffung.

Unabhängig von der Frage, welche Technologien bei den Übertragungsnetzen sich letztlich durchsetzen oder nebeneinander bestehen werden – die Zahl der privaten Nutzer von Einzelhardware, Multimedia-Systemen, Software und Diensten wird in den nächsten Jahren rasant weiter steigen. Auch mittlere/ältere Verbrauchergruppen werden – bei weiter sinkenden Preisen für Hardware und Gebühren, steigender Benutzerfreundlichkeit und alternativen Technologien – dem Trend zur umfassenden Information, Kommunikation, Unterhaltung und Einkauf via Internet folgen. Internet-Entwicklung und zusammenwachsende Netze mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten und Endgeräten sowie die sich weiter durchsetzende digitale Empfangstechnik werden dieses Marktwachstum bewirken und die Plattform für das von MEDION angestrebte Wachstum bilden.

Prognose: Marktvolumen ¹ Consumer Electronics in Deutschland ²				
in Mrd. DM	2004	99-2004	Marktvolumen 2000-2004	
Kommunikationstechnik (Telekommunikation, Mobilfunk, Zubehör)	8,4	+38%	38	
Unterhaltungselektronik (TV, Video, HiFi, Portables)	27,6	+15%	129	
PC/Multimedia (PC/Notebooks, Peripherie)	23,8	+80%	96	
			50	100
				150

¹ Basis Endverbraucherpreise Anfang 2000
² BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

⁹⁾ BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

Vielversprechende Entwicklung

Im Geschäftsjahr 1998/99 gründete MEDION den Geschäftsbereich Neue Medien. Die Zielsetzung war, für unsere Handelspartner und uns zukunftssträchtige neue Wachstumsfelder zu erschließen, die einen Synergie-Bezug zu unserem Kerngeschäft haben. Die Zahlen und die Entwicklung im Markt für Telekommunikationsdienstleistungen zeigen die enormen Möglichkeiten. Der TK-Markt entwickelt sich insbesondere nach der Liberalisierung im Jahr 1998 rasant. Weltweit werden jährlich bis zu 2,8 Billionen DM umgesetzt, davon 30% in Europa. In Deutschland erzielte die TK-Branche 1999 220 Mrd. DM Umsatz, dieses Marktvolumen wird nach Expertenschätzungen jedes Jahr um 15 Mrd. DM wachsen. Für MEDION attraktive TK-Teilsegmente sind Anschlußvermarktung (ISDN, ADSL, Internet) und Mobilfunktechnologie. Im ISDN-Markt ist Deutschland international mit 25% Anteil führend und liegt mit 15 ISDN-Kanälen je 100 Einwohnern weit vor z. B. Japan (8 Kanäle) oder dem westeuropäischen Durchschnitt. Der Zuwachs gegenüber 1998 lag bei 23%. Dieser Spitzenplatz wird in der Zukunft behauptet: 2005 werden von voraussichtlich weltweit 127 Millionen ISDN-Kanälen rund 21 Millionen in Deutschland liegen (16,5%). Bei der Vermarktung von ISDN-Kanälen hat sich MEDION bereits einen Spitzenplatz erobert. Wir zählen in Deutschland heute zu einem der größten Vertreiber von ISDN-Anschlüssen und wollen diese Position ausbauen. Aufgrund immer leistungsfähigerer Anschlüsse und sinkender Anschlußpreise sieht MEDION hier ein beträchtliches Wachstumspotential.

Strategische Kooperationen mit den wichtigsten Anbietern und exzellente Kontakte im TK-Markt ermöglichen uns die Bereitstellung aller innovativen Produkte. Große Chancen liegen dabei in der Bündelung von Mobilfunk/Festnetz/Online-Dienstleistungen.

Die Zahl der Internet-Zugänge wird sich ähnlich stürmisch entwickeln. Nach GFK-Zahlen erreichte das Internet in Deutschland Anfang 2000 bereits 15,9 Mio. Personen aller Altersgruppen, eine Steigerung um 60% innerhalb eines halben Jahres. Beim Vertrieb von Internet-Anschlüssen hat sich MEDION am Markt gleichfalls bereits außerordentlich stark positioniert. In der Online-Vermarktung wurde bereits Anfang dieses Jahres mit dem weltweit größten Online-Anbieter AOL eine europaweite strategische Kooperation vereinbart. Neben dieser bereits sehr erfolgreichen Zusammenarbeit in Deutschland wurden erste Verkaufsfaktionen in Europa realisiert. Die mittelfristige Prognose läßt erwarten, daß bis 2005 jeder dritte Deutsche einen Internet-Anschluß haben wird. MEDION wird an diesem Wachstum überproportional teilhaben. Im Mobilfunkmarkt werden neue Standards wie WAP und UMTS für weiteren Auftrieb sorgen; damit werden mobile Datendienste enorm an Bedeutung gewinnen. Der Handy-Boom ist ungebrochen. Das Handy-Geschäft hat sich durch Erschließung immer neuer und jüngerer Benutzergruppen zum Massenmarkt mit den höchsten Zuwachsraten entwickelt. Der durch den Verkauf von mobilen Endgeräten an Endverbraucher erwirtschaftete Umsatz (inkl. Zubehör/Provisionserträge) stieg auf 1,9 Mrd. DM.

Die großen Mobilfunkbetreiber meldeten Ende 1999 eine Erhöhung der Teilnehmer um 68% auf 23,3 Mio. 2000 wird mit mindestens weiteren 30% Zuwachs gerechnet. Nach Expertenschätzungen werden 2001 rund 6,5 Mio. Handys abgesetzt, und bis 2005 telefonieren 63 von 100 Deutschen mobil. Mittelfristig wird der Mobilfunk das Festnetz bei der Sprachübertragung überholen. Das Mobiltelefon der Zukunft soll zum wichtigsten persönlichen Zugangsgeschäft zum Internet der neuen Generation, der Handel via Handy (mobiler Commerce) zur neuen Boombranche in der TK werden. Auch am enormen Wachstum des Mobiltelefonmarktes konnte MEDION partizipieren. Den Wandel vom Vertragsgeschäft (Laufzeitverträge) zum Prepaid Produkt (aufladbare Telefonkarte mit Startguthaben) wird MEDION nutzen, um in den Markt einzudringen. Eigene Produktentwicklungen werden folgen. MEDION konnte in diesem Jahr bereits eine beachtliche Anzahl von Neuverträgen im hohen fünfstelligen Bereich vermarkten. Durch eine stringente Ausrichtung am Markt wird MEDION das strategische Wachstumsfeld Neue Medien weiterhin erfolgreich gestalten und ausbauen.

Große Chancen im Internet

Das Internet wächst in einem rasanten Tempo. Ende 1999 lag die Zahl der im Internet surfenden Deutschen bereits bei 15,9 Mio. Online-Dienste und Internet-Service-Provider meldeten 1999 Wachstumsrekorde. Mit 5,8 Mio. ans Internet angeschlossenen Haushalten (11%) fanden Ende 1999 über 8,4 Mio. Nutzer von zu Hause aus den Weg ins World Wide Web. Entscheidend ist dabei, daß der Anteil der E-Consumer erheblich schneller wächst als die Zahl der Anschlüsse.

Das CE-Marktvolumen in Deutschland für 1999 per E-Commerce wird in einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung Boston-Consulting-Group auf knapp 150 Mio. DM oder 0,7% des Gesamtumsatzes mit Consumer Electronics in Deutschland geschätzt. Optimistische Studien⁹⁾ prognostizieren ein Wachstum bis 2004 auf 8% bis 10%, d. h. etwa 4,2 Mrd. DM.

Vielversprechender Start der MEDION-E-Commerce-Aktivitäten

Dieser Herausforderung ist MEDION durch den Relaunch des gesamten Internet-Auftrittes gerecht geworden. Die in diesem Jahr ans Netz gebrachte neue Website stellt eine ansprechende und von den Funktionalitäten überdurchschnittliche Leistung bereit:

- Über wöchentliche, zeitlich limitierte Verkaufaktionen werden MEDION-Produkte (Notebooks, PCs, Peripherie) im Bereich Angebote des Shops vermarktet.

⁹⁾ BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

- Die bisher sehr erfolgreiche Vermarktung von Restposten und Service-Ware findet sich unter Special Offers.
- Im „virtuellen Kaufhaus“ können Endverbraucher Produkte und nützliches Zubehör zu tagesaktuellen Preisen erwerben: PC/Multimedia, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik, Mobilfunk sowie Dienstleistungen, Internet-Zugang, ISDN-Zugang, Tarifoptionen und diverse Bundlings.
- Weiteres Umsatzpotential soll in Form von Kooperationen durch Nutzung der virtuellen Frequenz Dritter erschlossen werden: z. B. Auktionshäuser, Buchvermarkter oder Eingangsportale mit hohen Besucherzahlen.

Die Umsatzsteigerungen in allen Produktbereichen und die Verdoppelung der monatlichen Side-Impressions (Mai 2000: 1,4 Mio.; Juli 2000: 2,9 Mio.) nach dem Relaunch zeigen die Richtigkeit des eingeschlagenen Weges.

Die neue Website ist wesentlicher Bestandteil der MEDION-Internet-Strategie, welche analog zur Gesamtentwicklung des E-Commerce-Marktes mittelfristig einen Anstieg der Umsätze im Bereich E-Commerce auf ca. 100 Mio. DM bis 150 Mio. DM vorsieht.

Im Internet läßt sich der Erfolg der MEDION-Verkaufsaktionen mit den klassischen Handelspartnern und den auch dort einsetzbaren Erfolgsfaktoren wiederholen: Die Marke MEDION (diverse Testsiege), eine ausgereifte Logistik und Hotline, die schlanke Organisation, Flexibilität bei Produktion sowie Beschaffung sorgen für eine solide Basis. Bei allen E-Commerce-Planungen haben die herkömmlichen MEDION-Handelsvertriebswege jedoch auch weiterhin absolute Priorität. Durch zeitliche und produktspezifische Differenzierung werden Kollisionen mit den MEDION-Handelsverkaufsaktionen ausgeschlossen. Im IT-Markt gibt es bisher kaum etablierte Vertriebs-schienen mit ausgeprägtem Service und hoher Markenloyalität, wie z. B. in der Automobilbranche. Den markentreuen Kunden, der zudem am liebsten zum Fachhändler geht, gibt es dort nicht. Die bereits realisierte Preis-, Qualitäts- und Service-Führerschaft bedeutet für diesen neuen Vertriebsweg für MEDION einen enormen Wettbewerbsvorsprung. Durch Kooperationen wird mittelfristig auch der Einstieg in das Business-to-Business (B-to-B)-Geschäft angestrebt, ein Markt, dem Prognosen ein erheblich größeres Potential vorhersagen als dem Consumer-Bereich. Ergänzend zu Vertriebsaspekten dient unsere Website auch der allgemeinen Information. Aktualität wird gerade im Investor-Relations-Bereich großgeschrieben. Aktionäre, Pressevertreter und alle weiteren Interessensgruppen finden hier die wichtigsten Daten und Fakten von MEDION und über MEDION.

Positive Entwicklung der Discounter

MEDION vertreibt sein Produktsortiment wesentlich über die in den jeweiligen Ländern größten europäischen Handelsunternehmen der Lebensmittelbranche.

Auch diese von MEDION erschlossenen Vertriebswege werden sich nach Expertenprognosen¹⁰⁾ in den nächsten Jahren sehr positiv entwickeln, Discounter werden überproportional wachsen.


Die Unternehmensberatung McKinsey¹¹⁾ geht davon aus, daß im Food-Einzelhandel die TOP 10 Unternehmen der „Europäischen Champions League“ 60% Marktanteil (1998: 41 %) innerhalb der nächsten Jahre erreichen werden.

¹⁰⁾ BBE-Branchenreport, Consumer Electronics, Jahrgang 2000

¹¹⁾ ebenda



Freundlichkeit.

A colorful, abstract graphic of a washing machine drum. The drum is depicted with a smiling face, where the circular opening is the mouth and the surrounding structure forms the eyes and nose. The colors are vibrant, including shades of blue, green, red, and yellow. The background is a soft, light blue gradient.

Als Kind hat er begonnen, Waschmaschinen auseinander-zubauen. Und sein Vater dürfte es dem Sohne nachgesehen haben, daß seine Prophezeiung mit zwei Jahren Verspätung eintrat: „Erst“ im Alter von Zwölf reparierte Harry Reiß das erste Haushaltsgerät. Seine handwerkliche Begabung gepaart mit dem Wunsch, täglich mit Menschen umgehen zu können, sind die wohl idealsten Voraussetzungen für einen Job als Call-Agent der technischen MEDION-Hotline. Zwischen 100 und 150 Anrufern versucht der 35-Jährige jeden Tag zu helfen. Nicht Fachchinesisch, sondern klare Worte und eine ausgeprägte Vorstellungskraft für das, was den Kunden plagt, sind dabei der geistige Schlüssel zum Erfolg. Es ist, als ob Harry Reiß eine innere Tür zum Wohn- oder Arbeitszimmer des Anrufers aufstößt. Wie in einem Film sieht er etwa einen Fernseher und den Kunden, der sich wie ferngesteuert von seinen freundlichen Regieanweisungen via Telefon lenken läßt, damit das Gerät endlich das macht, was es soll. Meistens funktioniert's, „die Reklamationsrate ist gering angesichts der Vielfalt der Produkte“, sagt Harry Reiß, für den Kulanz das Codewort zur Verständigung ist. Professoren und Polizisten, Teenies und Rentner, Männlein und Weiblein – sie alle landen irgendwann einmal im Kopfhörer des 35-Jährigen und machen sich zwischen seinen Ohren hin und wieder mit ihren privaten Problemen breit. Auch wenn's nicht sein Job ist – Geschick beweist der Call-Agent zuweilen auch als Seelenklempner, der aus eigener Erfahrung weiß: Das Leben und auch so ein Arbeitstag bei MEDION lassen sich eben nicht auf dem Reiß-Brett planen.

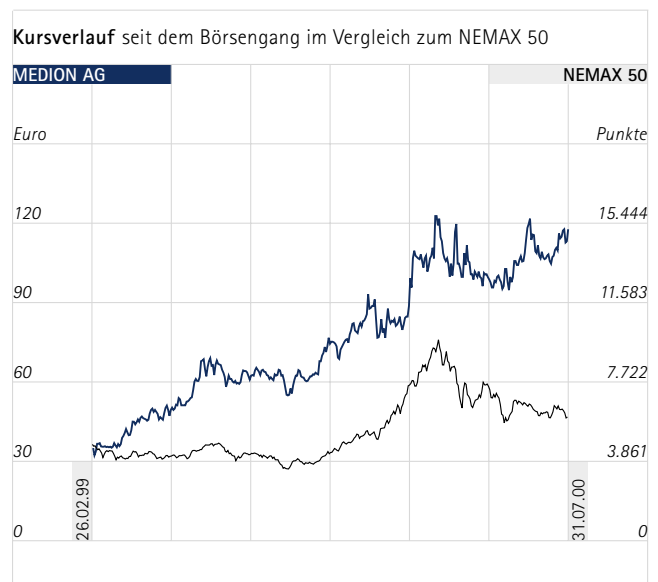


Die MEDION-Aktie am Neuen Markt

Die MEDION AG hat sich als eines der größten Unternehmen am Neuen Markt etabliert: Innerhalb der im „Nemax-50“-Index zusammengefaßten größten Werte des Neuen Marktes nimmt die MEDION AG inzwischen den 13. Rang ein.

Nach der erfolgreichen Börseneinführung am 26. Februar 1999 zu 85 Euro und der Beendigung des sehr erfolgreichen Geschäftsjahres 1998/99 folgte die erste Hauptversammlung der Gesellschaft im November 1999 den Vorschlägen von Vorstand und Aufsichtsrat: Sie beschloß neben der Zahlung einer Dividende von 2,90 DM auch einen „Aktiensplit“ im Verhältnis 1:4, welcher dann am 22. Dezember 1999 vollzogen wurde. Mit der Erhöhung der Zahl der Aktien von 6 Mio. auf 24 Mio. Stück steigerte das Management der MEDION AG die Börsenliquidität der MEDION-Aktien, um Anlegern den Neueinstieg oder Zukäufe zu erleichtern.

Bei einem Kurs von 111 Euro im August 2000 und unter Berücksichtigung dieses „Aktiensplits“ hat die MEDION-Aktie seit ihrer Börseneinführung am Neuen Markt um 422 % zugelegt und sich damit als sehr lohnendes Investment erwiesen. Selbst diejenigen Anleger, welche die MEDION-Aktie mangels Zuteilung erst nach der Börseneinführung zu Kursen von ca. 35 Euro (bzw. 140 Euro vor dem Split) erworben haben, können sich über einen Wertzuwachs von 220 % freuen. Allein im Jahr 2000 hat die MEDION-Aktie bisher 26,3 % (Stand 09.08.) hinzugewonnen, während z. B. der repräsentative Nemax-50-Index im selben Zeitraum nur um 12,4 % stieg.



Ausnahmestellung auch im Jahr 2000 bestätigt

Die MEDION AG nimmt in mehrfacher Hinsicht weiterhin eine Ausnahmestellung am Neuen Markt ein: Der Jahresumsatz von 2,473 Mrd. DM im Geschäftsjahr 1999/00 wird derzeit nur von einem Unternehmen (nämlich der Mobilcom AG) übertroffen. Ähnlich verhält es sich mit dem Gewinn nach Steuern: 67 Mio. DM Gewinn werden derzeit nur von zwei Unternehmen des Neuen Marktes übertroffen, und allein der Gewinnzuwachs von 32,2 Mio. DM ist höher, als zahlreiche Unternehmen am Neuen Markt an Umsatzvolumen insgesamt erwirtschaften. Bemerkenswert ist, daß die MEDION-Aktie nicht nur die eingangs beschriebene hervorragende Performance erzielte, sondern sich auch in kritischen Börsenphasen als relativ stabil erwiesen hat. Von ihrem historischen Höchstkurs vom 9. März 2000 – 127 Euro – ist die Aktie derzeit nur 12,6% entfernt, und selbst zum Zeitpunkt der stärksten Korrektur betrug das Ausmaß nur 25%. Währenddessen hat der Nemax-50-Index von seinem historischen Höchstkurs, der mit 9.666 fast am selben Tag erreicht worden war, mehr als ein Drittel verloren, in der Spitze betrug der Rückgang sogar 44%.

MEDION – auch bei Investoren und Analysten erfolgreich

Die vergleichsweise hohe Stabilität der MEDION-Aktie spiegelt das Vertrauen privater wie auch institutioneller Anleger in das innovative Geschäftsmodell der Gesellschaft wider. Die Entwicklung an den Börsen in den letzten Monaten hat verdeutlicht, daß Anleger und Analysten eine wesentlich kritischere Haltung gegenüber Wachstumsunternehmen im allgemeinen und hochbewerteten Neuer Markt-Unternehmen im besonderen eingenommen haben. Das Augenmerk richtet sich wieder stärker auf qualitative Faktoren wie Unternehmensstrategie und -positionierung, Managementqualität und Verlässlichkeit der Planzahlen, auf quantitative Faktoren, wie z. B. die absolute und relative Bewertung, letztlich aber auch auf elementare Fragen der Profitabilität und Überlebensfähigkeit von Wachstumsunternehmen.

Dividende von 0,69 Euro

Im abgelaufenen Geschäftsjahr belief sich der Gewinn nach der DVFA/SG-Formel auf 1,43 Euro (2,79 DM) je Aktie gegenüber 0,89 Euro (1,74 DM; umgerechnet auf die Anzahl der Aktien nach Aktiensplit) im Vergleichsjahr.

Vor dem Hintergrund dieser weiteren Steigerung des Ergebnisses schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 1999/00 vor, eine Bardividende von 0,69 Euro (1,35 DM) je Aktie zu beschließen. Inklusive anrechenbarer Körperschaftsteuer ergibt sich eine Bruttodividende in Höhe von 0,98 Euro (1,92 DM). Dies entspricht einer Steigerung der Bruttodividende je Aktie um über 85% gegenüber dem Vorjahr. Sämtliche Aktien sind für 1999/00 voll dividendenberechtigt.

Investor Relations

Auch im Geschäftsjahr 1999/00 war der intensive und kontinuierliche Dialog mit Investoren für MEDION von besonderer Bedeutung. Auf 19 Roadshows und Konferenzen, die in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, der Schweiz, Spanien, Italien, Österreich, den Niederlanden, USA, Kanada und Japan stattfanden, präsentierte der Vorstand die MEDION AG zahlreichen institutionellen Anlegern. Bis dato wurden insgesamt weit über 500 professionelle Anleger, zu denen ein regelmäßiger Kontakt gepflegt wird, getroffen. Im Berichtsjahr besuchten mehr als 40 namhafte Fondsgesellschaften und Analysten den Sitz des Unternehmens. Ein Beweis für das große Interesse der institutionellen Anleger sind insgesamt 13 herausgegebene Research-Studien internationaler und nationaler Investmentbanken.

Regelmäßig veröffentlichte Quartalsberichte vermitteln unseren Aktionären einen umfassenden Überblick über die aktuelle Situation der MEDION AG. Eine ausführliche Berichterstattung über die neuesten Entwicklungen erfolgt ebenfalls auf Pressekonferenzen und Analystenveranstaltungen. Auch im Internet unter <http://www.medion.de> – Investor Relations – können sich Aktionäre, Pressevertreter und alle Interessierten über MEDION informieren. Die wichtigsten Daten und Fakten vom Unternehmen und über das Unternehmen stehen hier zum Download bereit. Die Integration eines SMS-Informationsservice verdeutlicht den Anspruch der MEDION AG, neue Technologien im Sinne des Kunden einzubeziehen und ihm dadurch einen echten Mehrwert zu bieten.

Honoriert wurden die Investor Relations der MEDION AG durch eine Umfrage der Wirtschaftswoche. Bei einer Befragung von 60 namhaften Brokern, Banken sowie Fonds- und Portfoliomanagern nach ihren Favoriten am Neuen Markt belegte MEDION Platz 1. Dabei wurden 140 Börsenneulinge des Jahres 1999 nach den Kriterien Analystenabdeckung, Fonds-/Portfolio-Engagement und IR-Qualität bewertet.

Dieser Erfolg bestärkt uns, auch in Zukunft diese Strategie weiter zu verfolgen und Journalisten, Analysten und Investoren mit detaillierten Informationen über unser Unternehmen zu versorgen.



Identifikation.

Er kennt jeden Winkel des Multimedia-Landes wie seine Westentasche und ist ob seines Durchblickes genau der richtige Mann, wenn einer der Diensthabenden auf der Kommandobrücke von Jetzt auf Gleich eine Finanz-Hochrechnung oder verwandte ad hoc-Lösungen braucht. Als der Industriekaufmann Jürgen Gemlau 1992 bei MEDION landete, er für Nichts und Alles gleichzeitig zuständig zeichnete, war die hausgemachte Zukunftsmusik des unternehmerischen Quantensprunges der kommenden Jahre noch nicht einmal komponiert. Heute, acht Jahre später, erinnert ein von ihm gerahmter Beleg den Finanzvorstand an jenen denkwürdigen Tag, als die Schallmauer der ersten Umsatzmilliarde barst. Die Identifikation des Mannes mit MEDION, man glaubt's ihm, ist hoch und sein Wunsch, daß alle an einem Strang ziehen, Legende. Nichts verabscheut der Vater einer Tochter mehr als Mitarbeiter, die nach dem Sankt-Florians-Prinzip verfahren: Hauptsache, bei mir brennt's nicht. Das ist zum Glück die Ausnahme und so kann Gemlau wie ein Gourmet seines Geschäftes fast genießerisch von Tagen voller Überraschungen sprechen, von einem kreativen Team, von überschaubaren Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen, die schnell zum Erfolg führen.





Generelle Anmerkung

In diesem Geschäftsbericht wird der erstmals auf den 30. Juni 2000 nach den International Accounting Standards (IAS) aufgestellte Konzernabschluß der MEDION AG abgedruckt. Er enthält entsprechende Vorjahresvergleichszahlen. In den Vorjahren hat die MEDION AG aufgrund der untergeordneten Bedeutung der ausländischen Tochtergesellschaften keine Konzernabschlüsse erstellt und den Einzelabschluß der MEDION AG veröffentlicht, der nach deutschen handelsrechtlichen Grundsätzen in Übereinstimmung mit den IAS aufgestellt war. Auch die bisherigen Quartalsberichte basierten auf den Werten des Einzelabschlusses.

Der in diesem Geschäftsbericht enthaltene Konzernabschluß ist nicht direkt mit den in Vorjahren veröffentlichten Jahresabschlüssen der MEDION AG vergleichbar, jedoch ergeben sich durch die Konsolidierung gegenüber dem Einzelabschluß nur geringfügige Auswirkungen. Relevante Abweichungen im Bereich der Gewinn- und Verlustrechnung in einer Größenordnung über 0,01 % vom Umsatz ergeben sich lediglich durch eine Aufwandsverschiebung (rd. 1,7 Mio. DM) von den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Einzelabschlusses in die Personalaufwendungen im Konzernabschluß. Hierbei handelt es sich um die Konsolidierung der von MEDION FRANCE an die MEDION AG belasteten Personalaufwendungen für den After-Sales-Service der von der MEDION AG in Frankreich vertriebenen Produkte.

Konzernbilanz

MEDION AG, Essen

zum 30. Juni 2000

Aktiva	30.6.2000 DM	30.6.1999 DM
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Gewerbliche Schutzrechte, EDV-Software	931.248,75	830.100,37
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke und Bauten	9.982.859,00	10.618.306,00
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.502.167,00	3.080.455,68
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	177.557,00
	13.485.026,00	13.876.318,68
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	634.276,87	279.100,00
2. Beteiligungen	2.000,00	2.000,00
3. Sonstige Ausleihungen	3.819.305,33	15.195,35
	4.455.582,20	296.295,35
	18.871.856,95	15.002.714,40
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Waren	235.105.954,25	72.229.014,99
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	189.257.870,00	71.531.594,49
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	657.045,76	23.774,36
3. Sonstige Vermögensgegenstände	37.417.462,63	25.288.049,40
	227.332.378,39	96.843.418,25
III. Wertpapiere des Umlaufvermögens	5.013.128,23	0,00
IV. Kassenbestand, Postbankguthaben und Guthaben bei Kreditinstituten	82.346.900,68	349.644.028,24
	549.798.361,55	518.716.461,48
C. Rechnungsabgrenzungsposten	470.871,34	470.421,91
D. Abgrenzungsposten für latente Steuern	87.478,00	51.803,20
	569.228.567,84	534.241.400,99

	30.6.2000 DM	30.6.1999 DM
Passiva		
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	46.939.920,00	30.000.000,00
– davon auf Stammaktien entfallend:	DM 46.939.920,00	
– Bedingtes Kapital:	DM 2.346.996,00	
– Genehmigtes Kapital I:	DM 9.779.150,00	
II. Kapitalrücklage	305.551.180,00	322.491.100,00
III. Gewinnrücklagen	50.935.132,64	17.446.322,32
IV. Konzern-Bilanzgewinn	33.488.318,53	17.369.350,72
V. Anteile fremder Gesellschafter	0,00	1.490,82
	436.914.551,17	387.308.263,86
B. Rückstellungen		
1. Pensionsrückstellungen	545.476,00	280.608,00
2. Steuerrückstellungen	6.921.104,76	38.334.554,20
3. Sonstige Rückstellungen	77.717.049,18	55.785.575,05
	85.183.629,94	94.400.737,25
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen	723.692,60	259.000,00
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5.525.142,27	3.967.566,97
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	38.280.844,29	45.170.640,23
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	359.774,64	299.000,00
5. Sonstige Verbindlichkeiten	2.240.932,93	2.765.700,36
	47.130.386,73	52.461.907,56
D. Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	70.492,32
	569.228.567,84	534.241.400,99

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

MEDION AG, Essen

für die Zeit vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000

	<i>1.7.1999 – 30.6.2000 DM</i>	<i>1.7.1998 – 30.6.1999 DM</i>
1. Umsatzerlöse	2.472.721.687,03	1.600.217.895,85
2. Sonstige betriebliche Erträge	15.348.679,16	7.455.415,14
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	2.213.551.786,17	1.432.470.276,70
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	5.665.825,92	0,00
	2.219.217.612,09	1.432.470.276,70
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	22.925.707,23	15.273.130,04
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung davon für Altersversorgung: DM 264.868,00 (1999: DM 280.608,00)	4.446.385,81	2.732.176,71
	27.372.093,04	18.005.306,75
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	2.316.802,81	1.760.670,48
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	108.921.094,74	68.209.526,23
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.611.532,03	2.223.826,19
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.705.856,94	5.362.084,45
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	131.148.438,60	84.089.272,57
10. Außerordentliche Aufwendungen	0,00	15.608.429,00
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	64.101.793,70	33.624.111,72
12. Sonstige Steuern	38.859,31	41.058,81
13. Konzern-Jahresüberschuß	67.007.785,59	34.815.673,04
14. Konzern-Bilanzgewinn Vorjahr	17.369.350,72	0,00
15. Ausschüttung der MEDION AG für 1998/1999	17.400.000,00	0,00
16. Einstellung in andere Gewinnrücklagen	33.488.817,78	17.446.322,32
17. Konzern-Bilanzgewinn	33.488.318,53	17.369.350,72

Ermittlung des Ergebnisses je Aktie nach DVFA/SG

MEDION AG, Essen

auf der Basis des Konzernabschlusses nach IAS
für die Zeit vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000,
auf der Basis des Einzelabschlusses nach IAS
für die Zeit vom 1. Juli 1998 bis 30. Juni 1999

	1.7.1999 – 30.6.2000 TDM		1.7.1998 – 30.6.1999 TDM	
	Netto nach		Netto nach	
	Brutto	Steuern	Brutto	Steuern
1. Konzernergebnis nach IAS	131.110	67.008	68.567	34.893
2. Bereinigungspositionen in den Aktiva	0	0	0	0
3. Bereinigungspositionen in den Passiva	0	0	0	0
4. Bereinigungen nicht eindeutig zuordnungsfähiger Sondereinflüsse	0	0	15.608	7.305
5. Fremdwährungseinflüsse	0	0	-1.167	-546
6. Zusammenfassung der zu berücksichtigenden Bereinigungen	0	0	14.441	6.759
7. DVFA/SG-Konzernergebnis für das Gesamtunternehmen	131.110	67.008	83.008	41.652
8. Ergebnisanteil Dritter		0		0
9. DVFA/SG-Konzernergebnis für Aktionäre der Muttergesellschaft		67.008		41.652
10. Anzahl der zugrundezulegenden Aktien		24.000.000		24.000.000
11. Ergebnis nach DVFA/SG je Aktie (Basisergebnis)		2,79		1,74
12. Adjustiertes Ergebnis nach DVFA/SG je Aktie bei Veränderungen des gezeichneten Kapitals nach dem Bilanzstichtag		0		0
13. Voll verwässertes Ergebnis nach DVFA/SG je Aktie		2,79		1,74

Kapitalflußrechnung nach DRS 2

MEDION AG, Essen

auf der Basis des Konzernabschlusses nach IAS
für die Zeit vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000

	1.7.1999 – 30.6.2000 TDM	1.7.1998 – 30.6.1999 TDM
1. Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten nach IAS	67.008	50.423
2. +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	2.317	1.761
3. +/- Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellung	265	281
Cash Flow	69.590	52.465
4. +/- Zunahme/Abnahme der übrigen Rückstellungen	-9.482	65.627
5. +/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	12	12
6. -/+ Buchgewinn/-verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	92	41
7. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungs- tätigkeit zuzuordnen sind	-295.422	-48.676
8. +/- Zunahme/Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungs- tätigkeit zuzuordnen sind	-7.424	-2.587
9. +/- Ein- und Auszahlungen aus außerordentlichen Posten	0	-15.608
10. Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 9)	-242.634	51.274
11. – Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-1.607	-5.152
12. – Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-513	-582
13. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	210	0
14. – Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-2.362	-2.279
15. – Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition	-5.013	0

	<i>1.7.1999 – 30.6.2000 TDM</i>	<i>1.7.1998 – 30.6.1999 TDM</i>
16. Cash Flow aus der Investitionstätigkeit		
(Summe aus 11 bis 15)	-9.285	-8.013
17. + Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	0	332.493
18. – Auszahlungen an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter	-17.400	0
19. + Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	2.459	259
20. – Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten	-437	-27.882
21. Cash Flow aus der Finanzierungstätigkeit		
(Summe aus 17 bis 20)	-15.378	304.870
22. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 10, 16, 21)	-267.297	348.131
23. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	349.644	1.513
24. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
(Summe 22 bis 23)	82.347	349.644

Konzernanlagespiegel

MEDION AG, Essen

zum 30. Juni 2000

	Anschaffungskosten				
	<i>Stand</i>	<i>Umglie-</i>			<i>Stand</i>
	<i>1.7.1999</i>	<i>Zugänge</i>	<i>rungen</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.2000</i>
	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Gewerbliche Schutzrechte	220.000,00	0,00	0,00	0,00	220.000,00
2. EDV-Software	1.037.308,59	512.715,78	0,00	0,00	1.550.024,37
	1.257.308,59	512.715,78	0,00	0,00	1.770.024,37
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke und Bauten					
Grund und Boden	555.060,00	0,00	0,00	0,00	555.060,00
Außenanlagen	546.559,08	3.741,60	0,00	0,00	550.300,68
Werbeturm	260.986,20	0,00	0,00	0,00	260.986,20
Verwaltungsgebäude	4.226.776,85	0,00	0,00	0,00	4.226.776,85
Lagerhalle	3.907.067,26	0,00	0,00	15.308,81	3.891.758,45
Hotlinegebäude	2.136.348,71	0,00	0,00	0,00	2.136.348,71
	11.632.798,10	3.741,60	0,00	15.308,81	11.621.230,89
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung					
Technische Anlagen	261.156,98	151.636,71	0,00	0,00	412.793,69
Personenkraftwagen	900.238,51	90.000,00	0,00	0,00	990.238,51
Lastkraftwagen	12.750,00	0,00	0,00	0,00	12.750,00
Büroeinrichtung	1.025.890,80	40.492,57	0,00	0,00	1.066.383,37
Geschäftsausstattung	2.767.441,44	1.121.747,13	177.557,00	116.592,35	3.950.153,22
Einbauten in fremde Grundstücke	286.249,72	0,00	0,00	0,00	286.249,72
Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	199.144,40	0,00	199.144,40	0,00
	5.253.727,45	1.603.020,81	177.557,00	315.736,75	6.718.568,51
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau					
	177.557,00	0,00	-177.557,00	0,00	0,00
	17.064.082,55	1.606.762,41	0,00	331.045,56	18.339.799,40
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen					
	279.100,00	355.176,87	0,00	0,00	634.276,87
2. Beteiligungen					
	2.000,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00
3. Sonstige Ausleihungen					
	15.195,35	4.013.659,46*)	0,00	209.549,48	3.819.305,33
	296.295,35	4.368.836,33	0,00	209.549,48	4.455.582,20
	18.617.686,49	6.488.314,52	0,00	540.595,04	24.565.405,97

Abschreibungen				Buchwerte		
<i>Stand</i>			<i>Stand</i>	<i>Stand</i>	<i>Stand</i>	
<i>1.7.1999</i>	<i>Zugänge</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.2000</i>	<i>30.6.2000</i>	<i>1.7.1999</i>	
<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	
208.000,00	2.000,00	0,00	210.000,00	10.000,00	12.000,00	
219.208,22	409.567,40	0,00	628.775,62	921.248,75	818.100,37	
427.208,22	411.567,40	0,00	838.775,62	931.248,75	830.100,37	
0,00	0,00	0,00	0,00	555.060,00	555.060,00	
21.729,08	38.583,60	0,00	60.312,68	489.988,00	524.830,00	
13.049,20	26.100,00	0,00	39.149,20	221.837,00	247.937,00	
138.207,85	84.572,00	0,00	222.779,85	4.003.997,00	4.088.569,00	
740.219,26	389.172,19	0,00	1.129.391,45	2.762.367,00	3.166.848,00	
101.286,71	85.452,00	0,00	186.738,71	1.949.610,00	2.035.062,00	
1.014.492,10	623.879,79	0,00	1.638.371,89	9.982.859,00	10.618.306,00	
24.688,98	38.949,91	0,00	63.638,89	349.154,80	236.468,00	
452.769,51	195.811,00	0,00	648.580,51	341.658,00	447.469,00	
12.749,00	0,00	0,00	12.749,00	1,00	1,00	
784.298,80	162.124,57	0,00	946.423,37	119.960,00	241.592,00	
692.798,76	653.670,74	39.081,48	1.307.388,02	2.642.765,20	2.074.642,68	
205.966,72	31.655,00	0,00	237.621,72	48.628,00	80.283,00	
0,00	199.144,40	199.144,40	0,00	0,00	0,00	
2.173.271,77	1.281.355,62	238.225,88	3.216.401,51	3.502.167,00	3.080.455,68	
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	177.557,00	
3.187.763,87	1.905.235,41	238.225,88	4.854.773,40	13.485.026,00	13.876.318,68	
0,00	0,00	0,00	0,00	634.276,87	279.100,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	3.819.305,33	15.195,35	
0,00	0,00	0,00	0,00	4.445.582,20	296.295,35	
3.614.972,09	2.316.802,81	238.225,88	5.693.549,02	18.871.856,95	15.002.714,40	

I. Allgemeine Angaben zum Konzernabschluß

1. Aufstellungsgrundsätze, Konsolidierungskreis

Die MEDION AG hat auf den 30. Juni 2000 erstmals einen Konzernabschluß aufgestellt. Der Konzernabschluß wurde als befreiender Konzernabschluß im Sinne von § 292 a HGB unter Anwendung der International Accounting Standards (IAS) und unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips aufgestellt.

Auf die in den Konzernabschluß übernommenen Vermögensgegenstände und Schulden der einbezogenen Unternehmen wurden einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden auf Grundlage der IAS angewandt. Dabei wurden gegenüber dem Einzelabschluß der MEDION AG die Pensionsrückstellungen abweichend nach IAS 19 und die Wertpapiere des Umlaufvermögens nach IAS 39 zum Stichtagskurs bewertet. Auf die Bewertungsunterschiede wurden entsprechende latente Steuern berechnet.

In den Konzernabschluß wurde neben der Muttergesellschaft die Tochtergesellschaft MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION FRANCE“), im Wege der Vollkonsolidierung einbezogen. Grundlage für die Einbeziehung war der Jahresabschluß der MEDION FRANCE auf den 30. Juni 2000. Die übrigen ausländischen Tochtergesellschaften wurden aufgrund ihrer insgesamt untergeordneten Bedeutung nicht in den Konzernabschluß einbezogen und wurden im Konzernabschluß gem. IAS 25 zu Anschaffungskosten bewertet.

In den Vorjahren hatte die MEDION AG gem. § 296 Abs. 2 HGB auf die Erstellung eines Konzernabschlusses verzichtet, da die Tochterunternehmen einzeln und insgesamt von untergeordneter Bedeutung für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage waren. Aufgrund der untergeordneten Bedeutung bestand nach der Materiality-Klausel des IASC auch nach IAS-Standards keine Verpflichtung zur Konzernrechnungslegung. Für den Konzernabschluß zum 30. Juni 2000 wurden für Zwecke der Vergleichbarkeit entsprechende Vorjahresvergleichszahlen auf den 30. Juni 1999 unter Einbeziehung der MEDION FRANCE S.A.R.L. in den Konzernabschluß ermittelt.

2. Konsolidierungsmethoden

Die Kapitalkonsolidierung erfolgte gemäß IAS 22 nach der Erwerbsmethode auf den Anschaffungszeitpunkt der Beteiligung (Gründungszeitpunkt) zum 14. Oktober 1998. Es ergab sich kein Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung. Zunächst hatte die MEDION AG 99% der Anteile an MEDION FRANCE gehalten, im Geschäftsjahr 1999/00 wurden dann die übrigen Anteile ebenfalls erworben, so daß die MEDION AG zum Bilanzstichtag 30. Juni 2000 sämtliche Anteile an der MEDION FRANCE hält. Darüber hinaus wurde eine Schuldenkonsolidierung und eine Aufwands- und Ertragskonsolidierung durchgeführt. Zwischengewinne waren nicht zu eliminieren.

3. Grundsätze der Währungsumrechnung

Die Jahresabschlüsse der einbezogenen Unternehmen sind in Deutsche Mark bzw. Französische Franc erstellt. Seit Einführung der Währungsunion zum 1. Januar 1999 stehen diese Währungen als Denominationen des Euro in einem festen Wechselkursverhältnis zueinander. Daher ergeben sich bei der Währungsumrechnung der Abschlüsse der MEDION FRANCE in die Konzernwährung Deutsche Mark keine Währungsumrechnungsdifferenzen. Forderungen in Fremdwährungen außerhalb der Währungsunion sind mit dem Umrechnungskurs am Bilanzstichtag bewertet. Verbindlichkeiten in ausländischer Währung sind mit dem Terminkurs der Devisentermingeschäfte bewertet, die für die Wechselkurssicherung der entsprechenden Einkaufsgeschäfte abgeschlossen wurden. Devisenbestände auf Fremdwährungskonten bei Kreditinstituten wurden mit dem historischen Anschaffungskurs (zumeist Terminkurs aus Devisentermingeschäften) bzw. zum niedrigeren Kurs am Bilanzstichtag bewertet.

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

1. Angaben zur Bilanz

Die Bilanzierungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr mit folgenden Ausnahmen, die ausschließlich Ausweisänderungen betreffen, unverändert beibehalten worden. In Abweichung zum Vorjahr ist ein von der MEDION AG gewährtes Darlehen aufgrund der langen Laufzeit aus der Position „Sonstige Vermögensgegenstände“ in die Finanzanlagen unter „Sonstige Ausleihungen“ umgegliedert worden. Debitorische Kreditoren sind nicht aus den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kreditorische Debitoren nicht aus den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen umgegliedert worden. Die *Immateriellen Vermögensgegenstände* (gewerbliche Schutzrechte und Software) werden zu Anschaffungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen bilanziert. Forschungs- und Entwicklungskosten waren nicht zu aktivieren. Das *Sachanlagevermögen* wird zu Anschaffungs- oder zu Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen nach der linearen Methode entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer angesetzt. Zugänge an beweglichen Anlagegegenständen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres werden mit der vollen, Zugänge im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres mit der halben Jahresabschreibung abgeschrieben. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr des Zuganges in voller Höhe abgeschrieben. Neubewertungen des Sachanlagevermögens werden nicht vorgenommen.

Es kommen folgende Abschreibungssätze zur Anwendung:

Immaterielle Vermögensgegenstände	3 bzw. 10 Jahre	linear
Gebäude und Außenanlagen	10–50 Jahre	linear
Einbauten in fremde Grundstücke	5–8 Jahre	linear, Dauer Mietvertrag
Technische Anlagen	5 Jahre	linear
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–20 Jahre	linear
Geringwertige Wirtschaftsgüter	100 %	im Jahr der Anschaffung

Die *Anteile an verbundenen Unternehmen* werden zu ihren Anschaffungskosten zuzüglich der Anschaffungsnebenkosten bilanziert.

Die *Sonstigen Ausleihungen* beinhalten zwei verzinsliche Darlehen. Diese sind zu Nominalwerten bilanziert und haben eine Laufzeit bis 2004 bzw. 2007. Die jährlichen Tilgungen werden als Abgänge gezeigt.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Konzern-Anlagevermögens ist dem Anlagespiegel auf den Seiten 50/51 zu entnehmen.

Der Bestand des *Vorratsvermögens* wird zu Anschaffungskosten bzw. zu Herstellungskosten unter Berücksichtigung von Anschaffungsnebenkosten oder mit den niedrigeren Werten am Abschlußstichtag bilanziert. Die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten erfolgt nach der gewogenen Durchschnittsmethode, daran schließt sich ein Niederwerttest zum Bilanzstichtag an. Die zum Stichtag gegenüber dem Vorjahr erhöhten Bestände betreffen im wesentlichen schwimmende Ware und bei fremden Lagerhaltern und Spediteuren zwischengelagerte Waren für fest disponierte Projektaufträge. Die Größenordnung dieser Bestände macht zum Stichtag rd. TDM 214.765 (= 91,4 % der Vorräte) aus; zum Vorjahresstichtag waren entsprechende Bestände in Höhe von TDM 66.262 (= 91,8 % der Vorräte) vorhanden.

Forderungen, Sonstige Vermögensgegenstände und Liquide Mittel werden grundsätzlich zu Nennwerten bilanziert. Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden erkennbare Ausfallrisiken durch Einzelwertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch eine Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen. Alle Forderungen haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr. *Wertpapiere des Umlaufvermögens* werden gem. IAS 39 zum Stichtagskurs bewertet. Auf die Bewertungsdifferenz zu den in der Steuerbilanz anzusetzenden Anschaffungskosten ist eine Rückstellung für latente Steuern gebildet worden.

In den *Aktiven Rechnungsabgrenzungsposten* ist ein Disagio in Höhe von DM 83.296,00 (Vorjahr: DM 95.200,00) enthalten.

Unter *Aktive latente Steuern* sind latente Steuern auf die nach IAS gegenüber der Steuerbilanz abweichend bewertete Pensionsrückstellung erfaßt. Die latenten Steuern sind mit dem künftig zu erwartenden einheitlichen Ertragsteuersatz in Höhe von 40 % bewertet.

Das *Grundkapital* der MEDION AG belief sich zum Beginn des Geschäftsjahres auf insgesamt DM 30.000.000,00, eingeteilt in 6.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von DM 5,00 je Aktie. Sämtliche Aktien waren voll eingezahlt.

Auf der Hauptversammlung vom 9. November 1999 wurde beschlossen, das Grundkapital aus Gesellschaftsmitteln um DM 16.939.920,00 auf DM 46.939.920,00 zu erhöhen; dies entspricht € 24.000.000,00. Gleichzeitig wurde das erhöhte Grundkapital neu eingeteilt. An die Stelle einer Stückaktie mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von bisher DM 5,00 treten vier Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von € 1,00. Jede Aktie berechtigt zu einem Stimmrecht.

Zudem wurde das *Genehmigte Kapital I* in Höhe von DM 10.000.000,00 dahingehend geändert, daß der Vorstand ermächtigt wurde, das Grundkapital um bis zu € 5.000.000,00 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stammaktien gegen Bar-

einlage zu erhöhen. Der Vorstand hat im Berichtsjahr von dieser Ermächtigung keinen Gebrauch gemacht.

Das *Bedingte Kapital* in Höhe von DM 1.500.000,00, eingeteilt in 300.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien, wurde entsprechend den Beschlüssen der Hauptversammlung auf € 1.200.000 bzw. 1.200.000 Stückaktien umgestellt. Das Bedingte Kapital dient der Gewährung von Umtauschrechten für Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung von Wandlungsrechten entstehen, am Gewinn teil.

Die Entwicklung des Eigenkapitals im Geschäftsjahr ergibt sich aus folgender Übersicht:

	Stand am		Zugang/Abgang		Ausschüttung für	Verwendung	Stand am
	30.6.1999	Umbuchung	Konsolidierung	1998/1999	Geschäftsjahr	Konzernergebnis	30.6.2000
	DM	DM	DM	DM	DM	DM	DM
I. Gezeichnetes Kapital	30.000.000,00	16.939.920,00	0,00	0,00	0,00	0,00	46.939.920,0
II. Kapitalrücklage	322.491.100,00	-16.939.920,00	0,00	0,00	0,00	0,00	305.551.180,00
III. Gewinnrücklagen	17.446.322,32	0,00	-7,46	0,00	33.488.817,78	33.488.817,78	50.935.132,64
IV. Konzern-Bilanzgewinn	17.369.350,72	0,00	0,00	-17.400.000,00	33.518.967,81	33.518.967,81	33.488.318,53
V. Anteile fremder Gesellschafter	1.490,82	0,00	-1.490,82	0,00	0,00	0,00	0,00
	387.308.263,86	0,00	-1.498,28	-17.400.000,00	67.007.785,59	67.007.785,59	436.914.551,17

Die Kapitalrücklage enthält zum 30. Juni 2000 mit TDM 146 eine Sonderrücklage nach § 218 Satz 2 AktG, die im Zusammenhang mit der im Vorjahr ausgegebenen Wandelanleihe im Nennbetrag von TDM 259 gebildet wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG haben gem. § 17 Abs. 1 der Satzung 50 % des Jahresüberschusses der MEDION AG (= TDM 33.489) in die Gewinnrücklagen eingestellt.

Die *Pensionsrückstellungen* bestehen für Versorgungszusagen an die Vorstandsmitglieder. Sie wurden nach versicherungsmathematischen Methoden gemäß IAS 19 mit einem Rechnungszinssatz von 5 %, einem Gehaltstrend von 2,5 % und einem Rententrend von 1,5 % berechnet.

Die *Steuerrückstellungen* setzen sich wie folgt zusammen:

	30.6.2000	30.6.1999
	TDM	TDM
MEDION FRANCE, Ertragsteuern	7	18
MEDION AG, Körperschaftsteuer einschl. Solidaritätszuschlag	0	20.543
Gewerbesteuer	6.912	17.773
Latente Steuern	2	0
	6.921	38.334

Die *Sonstigen Rückstellungen* berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Die Rückstellungen sind in der Höhe bemessen, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist.

Sie setzen sich wie folgt zusammen:

Rückstellungen für	30.6.2000	30.6.1999
	TDM	TDM
Gewährleistungen	48.866	28.521
Ausstehende Eingangsrechnungen	16.525	12.875
Lizenzgebühren	7.834	10.073
Versicherungsprämien	1.156	1.789
Resturlaub und Jahressonderzahlungen	900	835
Übrige Rückstellungen	2.436	1.693
	77.717	55.786

Die Rückstellung für Garantieleistungen wurde für zu erwartende Nachbesserungsarbeiten und Gutschriften nach einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit vom garantiebehafteten Umsatz gebildet. Die angewendeten Prozentsätze sind abhängig von der jeweiligen Produktgruppe. Der Anstieg der Rückstellung ist auf die Verlängerung der Gewährleistungsfristen und die Ausweitung des Geschäftsbetriebes zurückzuführen.

Die *Verbindlichkeiten* sind zu ihren Rückzahlungsbeträgen ausgewiesen. Die Zusammensetzung, Fristigkeit und Besicherung ergibt sich aus nachfolgender Tabelle:

	<i>Stand am</i>		<i>davon mit einer Restlaufzeit von</i>			<i>Gesicherte</i>	<i>Stand am</i>
	<i>30.6.2000</i>	<i>bis 1 Jahr</i>	<i>1–5 Jahre</i>	<i>über 5 Jahre</i>	<i>Beträge</i>	<i>30.6.1999</i>	
	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	
Anleihen	724	0	254	470	0	259	
davon konvertibel	(724)	(0)	(254)	(470)	(0)	(259)	
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5.525	2.430	1.745	1.350	4.100 ¹⁾	3.967	
Verbindlichkeiten aus							
Lieferungen und Leistungen	38.281	38.281	0	0	38.281 ²⁾	45.170	
Verbindlichkeiten gegenüber							
verbundenen Unternehmen	359	359	0	0	0	299	
Sonstige Verbindlichkeiten	2.241	2.241	0	0	0	2.767	
davon aus Steuern	(722)	(722)	(0)	(0)	(0)	(375)	
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(1.083)	(1.083)	(0)	(0)	(0)	(537)	
	47.130	43.311	1.999	1.820	42.381	52.462	

¹⁾ Davon TDM 4.100 durch Grundschulden gesichert.

²⁾ Es bestehen die üblichen Eigentumsvorbehalte aus Lieferungen von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie Halbfabrikaten und Waren.

Unter *Anleihen* sind zwei Wandelanleihen in Höhe von DM 259.000,00 und € 240.150,00 (= DM 469.692,60) ausgewiesen, die an leitende Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogrammes ausgegeben wurden. Die bereits im Vorjahr ausgegebene Anleihe über DM 259.000,00 ist eingeteilt in 51.800 auf den Inhaber lautende, untereinander gleichberechtigte Schuldverschreibungen zu je DM 5,00. Die Schuldverschreibungen sind in einer Globalurkunde im Nennbetrag von DM 259.000,00 zusammengefaßt. Die Anleihe ist mit 4% p.a. ab dem 1. März 1999 zu verzinsen und in dem Falle, daß das Wandlungsrecht nicht ausgeübt wird, spätestens am 29. Februar 2004 zum Nennbetrag zurückzuzahlen. Die Wandelschuldverschreibung ist vor der Kapitalerhöhung

aus Gesellschaftsmitteln ausgegeben worden und gewährt den Mitarbeitern das grundsätzlich unentziehbare Recht, jede Schuldverschreibung im Nennbetrag von DM 5,00 in eine Aktie alten Typs umzuwandeln. Das Wandlungsrecht kann erstmals am zweiten Bankarbeitstag nach der ordentlichen Hauptversammlung, welcher der Jahresabschluß zum 30. Juni 2001 vorgelegt wird, ausgeübt werden. Das Wandlungsrecht erlischt mit Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsverhältnisses, und 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. Vor dem Hintergrund der nach Ausgabe der Wandelanleihe durchgeführten Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln und dem dabei durchgeführten Aktiensplit ist vorgesehen, im Falle der Ausübung des Wandlungsrechtes jede Schuldverschreibung im Nennwert von DM 5,00 in 4 Aktien neuen Typs mit einem anteiligen Wert am Grundkapital zu je € 1,00 umzuwandeln. Da der Wandlungspreis und damit die Zuzahlung der Mitarbeiter zum Bilanzstichtag noch nicht feststeht, ist eine Rücklage nach § 218 Satz 2 AktG in Höhe von TDM 146 gebildet worden. Durch das Ausscheiden eines Mitarbeiters sind DM 5.000,00 der Anleihe im Berichtsjahr vorzeitig zurückgezahlt worden.

Zum 1. April 2000 ist eine weitere Wandelanleihe im Gesamtnennbetrag von € 240.150,00 an leitende Mitarbeiter ausgegeben worden. Das Wandlungsrecht zum Tausch der Wandelschuldverschreibung im Nennbetrag von € 1,00 in eine neue Aktie der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von ebenfalls € 1,00 kann erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der ordentlichen Hauptversammlung, welcher der Jahresabschluss der Gesellschaft zum 30. Juni 2002 vorgelegt wird, ausgeübt werden. Im übrigen sind die Bedingungen der Wandelanleihe analog zur ersten ausgegebenen Wandelanleihe ausgestaltet.

2. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

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

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. Zudem ist das Geschäft stark projektbezogen. Daher betrachtet die Gesellschaft die Produktgruppen nicht als getrennte Segmente. Vor diesem Hintergrund erstreckt sich die *Segmentberichterstattung* auf die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach geographischen Gesichtspunkten und nach Produktbereichen.

Die Bilanzierungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr mit folgenden Ausnahmen, die ausschließlich Ausweisänderungen betreffen, unverändert beibehalten worden. In Abweichung zum Vorjahr sind erhaltene Werbungskostenzuschüsse in den Materialaufwendungen unter „Aufwendungen für bezogene Waren“ erfaßt, der Vorjahresausweis erfolgte unter „Sonstige betriebliche Erträge“. Des weiteren werden die Kosten der Qualitätsprüfung von Waren im Materialaufwand unter „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ ausgewiesen, im Vorjahr wurden diese Aufwendungen unter „Sonstige betriebliche Aufwendungen“ erfaßt.

Die *Umsatzerlöse* sind auf den folgenden Märkten erzielt worden:

	1999/2000	1998/1999
	Mio. DM	Mio. DM
Inlandsumsätze	2.136	1.535
Umsätze im europäischen Ausland	354	74
	2.490	1.609
Erlösschmälerungen, Fehlmengen und Garantien	17	9
	2.473	1.600

Die Umsatzerlöse verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

	1999/2000	1998/1999
	Mio. DM	Mio. DM
PC/Multimedia	1.835	1.137
Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	540	379
Kommunikationstechnik	98	84
	2.473	1.600

Die *Sonstigen betrieblichen Erträge* betreffen im wesentlichen Erträge aus Provisionen, Versicherungserstattungen, Auflösungen von Rückstellungen, Lizenzerträge und Kursdifferenzen.

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge (Auflösungen von Rückstellungen) von TDM 562 (Vorjahr: TDM 1.320) enthalten.

Die *Sonstigen betrieblichen Aufwendungen* setzen sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
Betriebsaufwendungen	2.539	1.742
Verwaltungsaufwendungen	13.446	11.641
Vertriebsaufwendungen	61.641	33.696
Aufwendungen aus Kursdifferenzen	952	698
Veränderung der Gewährleistungsrückstellung	25.267	19.014
Übrige	5.076	1.419
	108.921	68.210

Die Aufwendungen aus Kursdifferenzen beruhen auf der Umrechnung von Fremdwährungspositionen zum Bilanzstichtag. Gewinne aus der Währungsumrechnung von TDM 327 (Vorjahr: TDM 1.865) sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten.

Der Anstieg der Veränderung der Gewährleistungsrückstellung ist auf eine allgemeine Verlängerung der Garanzzeiten und die Ausweitung der Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

Das *Zinsergebnis* setzt sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
Zinserträge	4.612	2.224
Zinsaufwendungen	3.706	5.362
	906	-3.138

Im Vorjahr wurden als *Außerordentliche Aufwendungen* die Kosten des Börsenganges in Höhe von TDM 15.608 erfaßt.

Die *Steuern vom Einkommen und Ertrag* sind unter der Prämisse des Gewinnverwendungsvorschlages des Vorstandes der MEDION AG berechnet worden und setzen sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
MEDION AG		
Körperschaftsteuer einschl.		
Solidaritätszuschlag	38.904	20.594
Gewerbeertragsteuer	25.175	13.081
MEDION FRANCE	57	1
Latente Steuern		
Aufwand	1	0
Ertrag	-35	-52
	64.102	33.624

III. Ergänzende Angaben

1. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen Verpflichtungen aus Kfz-Leasing-Verträgen in Höhe von TDM 248 p.a. (Vorjahr: TDM 170) sowie aus Mietverträgen über Geschäfts- und Lagerräume in Höhe von TDM 559 p.a. (Vorjahr: TDM 450).

2. Finanzinstrumente

Die MEDION AG verwendet Devisentermingeschäfte, um Marktrisiken aus Wechselkursschwankungen bei den Einkaufsgeschäften, die im wesentlichen in US-\$ 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 zugrundeliegenden

Liefergeschäften. Für kurzfristige Anpassungen der Fälligkeitszeitpunkte der Termingeschäfte an die tatsächlichen Zahlungszeitpunkte für die Verbindlichkeiten werden ergänzend auch Devisenswapgeschäfte abgeschlossen. Die Gesellschaft setzt darüber hinaus keine Finanzinstrumente zu Handels- und Spekulationszwecken ein.

3. Belegschaft

Im Jahresdurchschnitt waren bei der MEDION AG und der MEDION FRANCE beschäftigt:

Mitarbeiter nach Gruppen	1999/2000	1998/1999
Kaufmännisch	55	35
Gewerblich/technisch	171	145
Call-Center	221	135
	447	315

4. Beteiligungen

Name und Sitz		Prozentsatz		
		Eigenkapital	der Beteiligung	Jahresüberschuß
MEDION ELECTRONICS LIMITED,	Birmingham, England	€ 200.000,00	100%	1)
MEDION FRANCE S.A.R.L.,	Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000,00	100%	€ 41.518,50 ²⁾
MEDION International (Far East) Ltd.,	Hongkong, China	HKD 10.000,00	100%	3)
LIFETEC International Ltd.,	Hongkong, China	HKD 10.000,00	100%	4)

1) Gesellschaftszweck:
Vertriebsunterstützung und Service in Großbritannien. Bisher liegt kein Jahresabschluss vor. Zum 30. Juni 2000 beträgt der Mittelkurs: DM 1,00 = € 3,090760.

2) Gesellschaftszweck:
Vertriebsunterstützung und Service in Frankreich.

3) Gesellschaftszweck:
Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft.

4) Gesellschaftszweck:
Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft.

5. Vorstand

Im Berichtsjahr gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, *Essen*

(Vorsitzender des Vorstandes)

Diplom-Ökonom Christian Eigen, *Essen*

(Mitglied des Vorstandes)

Aufsichtsratsmitglied der BOV AG, Essen

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder beliefen sich im Berichtsjahr insgesamt auf DM 1.909.232,28 (Vorjahr: DM 2.170.867,98). Der variable Anteil für das Geschäftsjahr beträgt DM 840.000,00. Der Vorstand hielt 13.611.200 Aktien zum Stichtag 30. Juni 2000 (Vorjahr: 13.612.200 nach Aktiensplit).

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

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten für ihre Tätigkeit im Berichtsjahr eine Vergütung von insgesamt € 45.500,00 (Vorjahr: DM 87.500,00). Aufwandsentschädigungen wurden im Berichtsjahr nicht gezahlt. Der Aufsichtsrat hielt zum Stichtag 30. Juni 2000 5.300 Aktien (Vorjahr: 9.200 Aktien nach Aktiensplit).

Essen, 18. August 2000

Der Vorstand

Gerd Brachmann

Christian Eigen

Vorsitzender

Mitglied

des Vorstandes

des Vorstandes

6. Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr waren folgende Herren Mitglieder des Aufsichtsrates der Gesellschaft:

Dr. Rudolf Stützle, *Essen (Vorsitzender)*

Direktor der Deutsche Bank AG, Essen

Aufsichtsratsmitglied der GELSENWASSER AG,

Gelsenkirchen

Aufsichtsratsmitglied der Klöckner-Werke AG,

Duisburg

Dr. Klaus Eckert, *Düsseldorf (stellvertretender Vorsitzender)*

Vorsitzender der Geschäftsführung der

Carl Spaeter GmbH, Duisburg

Kim Schindelhauer, *Aachen*

Vorstandsmitglied der AIXTRON AG, Aachen

Bestätigungsvermerk des Abschlußprüfers

Wir haben den von der MEDION AG aufgestellten Konzernabschluß, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflußrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses liegen in der Verantwortung des Vorstandes der MEDION AG. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung zu beurteilen, ob der Konzernabschluß den International Accounting Standards (IAS) entspricht.

Wir haben unsere Konzernabschlußprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlußprüfung sowie unter ergänzender Beachtung der International Standards on Auditing (ISA) vorgenommen. Danach ist die Konzernabschlußprüfung so zu planen und durchzuführen, daß mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluß frei von wesentlichen Fehlausagen ist. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluß auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, daß unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluß in Übereinstimmung mit den IAS ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den vom Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht zusammen mit den übrigen Angaben des Konzernabschlusses insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, daß der Konzernabschluß und der Lagebericht die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und eines Konzernlageberichtes nach deutschem Recht erfüllen. Die Prüfung des für die Befreiung von der handelsrechtlichen Konzernrechnungslegungspflicht erforderlichen Einklanges der Konzernrechnungslegung mit der 7. EG-Richtlinie haben wir auf der Grundlage der Auslegung der Richtlinie durch den Kontaktausschuß für Richtlinien der Rechnungslegung der Europäischen Kommission vorgenommen.

Essen, 23. August 2000

Märkische Revision GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Steuerberatungsgesellschaft

Dipl.-Ök. K.-H. Berten

Wirtschaftsprüfer

Dipl.-Kfm. H.-H. Schäfer

Wirtschaftsprüfer

--	--



Geradlinigkeit.

Der kürzeste Weg zum Kunden ist die Geradlinigkeit. Das weiß Marion Saldik. Zum Glück hat sie davon eine Menge. Ohne Umschweife wickelt die 43-Jährige Garantiefälle ab, sorgt in Zusammenarbeit mit der MEDION-Hotline dafür, daß der Käufer eines Produktes im Schadensfalle so schnell wie möglich Ersatz bekommt. Auf dem direkten Weg zu diesem Ziel zwischen Wareneingang und Warenausgang drückt die zweifache Mutter auch schon mal zwei Augen zu, aufs Gaspedal ihres Autos und liefert die Geräte persönlich an der Haustür ab. Der enge Kontakt zum Kunden zahlt sich aus, in Zufriedenheit und unter anderem in zahllosen Dankeschreiben, die die Vize-Chefin der Abteilung Garantieabwicklungen immer wieder in ihrer Arbeit bestätigen. „Lieber Medionmann“, war etwa der Brief eines kleinen Mädchens überschrieben, „würdest Du bitte meinen Recorder reparieren? Ohne Märchenkassetten zu hören, kann ich nicht einschlafen und mein Sparschwein ist leer.“ Es war einmal ein Hilferuf. Psssst, nicht verraten: Die Kleine schläft wieder selig.



Bilanz

MEDION AG, Essen

zum 30. Juni 2000

Aktiva	30.6.2000 DM	30.6.1999 DM
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
Gewerbliche Schutzrechte, EDV-Software	930.344,00	829.479,00
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke und Bauten	9.982.859,00	10.618.306,00
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.150.547,00	3.002.144,00
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	177.557,00
	13.133.406,00	13.798.007,00
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	927.658,55	426.542,28
2. Beteiligungen	2.000,00	2.000,00
3. Sonstige Ausleihungen	3.801.725,74	0,00
	4.731.384,29	428.542,28
	18.795.134,29	15.056.028,28
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Waren	235.089.023,10	72.216.122,96
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	189.201.048,41	71.441.474,61
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	947.308,38	57.154,20
3. Sonstige Vermögensgegenstände	37.271.646,33	25.281.751,56
	227.420.003,12	96.780.380,37
III. Wertpapiere des Umlaufvermögens	5.009.029,59	0,00
IV. Kassenbestand, Postbankguthaben und Guthaben bei Kreditinstituten	82.064.377,26	349.458.354,73
	549.582.433,07	518.454.858,06
C. Rechnungsabgrenzungsposten	449.777,50	457.348,60
	568.827.344,86	533.968.234,94

	30.6.2000 DM	30.6.1999 DM
Passiva		
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	46.939.920,00	30.000.000,00
– davon auf Stammaktien entfallend:	DM 46.939.920,00	
– Bedingtes Kapital:	DM 2.346.996,00	
– Genehmigtes Kapital I:	DM 9.779.150,00	
II. Kapitalrücklage	305.551.180,00	322.491.100,00
III. Gewinnrücklagen	50.935.140,10	17.446.322,32
IV. Bilanzgewinn	33.535.140,11	17.446.322,33
	436.961.380,21	387.383.744,65
B. Rückstellungen		
1. Pensionsrückstellungen	326.781,00	151.100,00
2. Steuerrückstellungen	6.912.234,00	38.316.266,00
3. Sonstige Rückstellungen	78.063.046,33	55.734.596,71
	85.302.061,33	94.201.962,71
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen	723.692,60	259.000,00
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	5.525.142,27	3.967.400,00
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	38.132.253,53	45.149.295,57
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	413.047,48	299.000,00
5. Sonstige Verbindlichkeiten	1.769.767,44	2.707.832,01
	46.563.903,32	52.382.527,58
	568.827.344,86	533.968.234,94

--	--

Gewinn- und Verlustrechnung

MEDION AG, Essen

für die Zeit vom 1. Juli 1999 bis 30. Juni 2000

	1.7.1999 – 30.6.2000 DM	1.7.1998 – 30.6.1999 DM
1. Umsatzerlöse	2.472.950.541,92	1.600.188.967,98
2. Sonstige betriebliche Erträge	15.285.058,36	7.453.172,65
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	2.213.809.856,27	1.432.460.879,79
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	5.665.825,92	0,00
	2.219.475.682,19	1.432.460.879,79
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	21.733.271,51	15.110.881,82
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung davon für Altersversorgung: DM 175.681,00 (1999: DM 151.100,00)	3.937.621,90	2.546.351,13
	25.670.893,41	17.657.232,95
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	2.262.846,94	1.757.525,74
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	110.643.427,59	68.417.506,01
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	4.607.433,39	2.223.826,19
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.704.924,62	5.362.084,45
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	131.085.258,92	84.210.737,88
10. Außerordentliche Aufwendungen	0,00	15.608.429,00
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	64.078.272,88	33.674.525,47
12. Sonstige Steuern	29.350,48	35.138,76
13. Jahresüberschuß	66.977.635,56	34.892.644,65
14. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	46.322,33	0,00
15. Einstellung in andere Gewinnrücklagen	33.488.817,78	17.446.322,32
16. Bilanzgewinn	33.535.140,11	17.446.322,33

Anlagespiegel

MEDION AG, Essen

zum 30. Juni 2000

	Anschaffungskosten				
	<i>Stand</i>		<i>Umgliede-</i>		<i>Stand</i>
	<i>1.7.1999</i>	<i>Zugänge</i>	<i>rungen</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.2000</i>
	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>
I. Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Gewerbliche Schutzrechte	220.000,00	0,00	0,00	0,00	220.000,00
2. EDV-Software	1.035.966,85	511.796,03	0,00	0,00	1.547.762,88
	1.255.966,85	511.796,03	0,00	0,00	1.767.762,88
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke und Bauten					
Grund und Boden	555.060,00	0,00	0,00	0,00	555.060,00
Außenanlagen	546.559,08	3.741,60	0,00	0,00	550.300,68
Werbeturm	260.986,20	0,00	0,00	0,00	260.986,20
Verwaltungsgebäude	4.226.776,85	0,00	0,00	0,00	4.226.776,85
Lagerhalle	3.907.067,26	0,00	0,00	15.308,81	3.891.758,45
Hotlinegebäude	2.136.348,71	0,00	0,00	0,00	2.136.348,71
	11.632.798,10	3.741,60	0,00	15.308,81	11.621.230,89
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung					
Technische Anlagen	261.156,98	45.348,36	0,00	0,00	306.505,34
Personenkraftwagen	900.238,51	90.000,00	0,00	0,00	990.238,51
Lastkraftwagen	12.750,00	0,00	0,00	0,00	12.750,00
Büroeinrichtung	1.025.890,80	40.492,57	0,00	0,00	1.066.383,37
Geschäftsausstattung	2.686.705,07	839.533,79	177.557,00	41.700,00	3.662.095,86
Einbauten in fremde Grundstücke	286.249,72	0,00	0,00	0,00	286.249,72
Geringwertige Wirtschaftsgüter	0,00	199.144,40	0,00	199.144,40	0,00
	5.172.991,08	1.214.519,12	177.557,00	240.844,40	6.324.222,80
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	177.557,00	0,00	-177.557,00	0,00	0,00
	16.983.346,18	1.218.260,72	0,00	256.153,21	17.945.453,69
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen					
	426.542,28	501.116,27	0,00	0,00	927.658,55
2. Beteiligungen					
	2.000,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00
3. Sonstige Ausleihungen					
	0,00	4.007.250,00*)	0,00	205.524,26	3.801.725,74
	428.542,28	4.508.366,27	0,00	205.524,26	4.731.384,29
	18.667.855,31	6.238.423,02	0,00	461.677,47	24.444.600,86

Abschreibungen				Buchwerte		
<i>Stand</i>			<i>Stand</i>	<i>Stand</i>	<i>Stand</i>	
<i>1.7.1999</i>	<i>Zugänge</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.2000</i>	<i>30.6.2000</i>	<i>1.7.1999</i>	
<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	
208.000,00	2.000,00	0,00	210.000,00	10.000,00	12.000,00	
218.487,85	408.931,03	0,00	627.418,88	920.344,00	817.479,00	
426.487,85	410.931,03	0,00	837.418,88	930.344,00	829.479,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	555.060,00	555.060,00	
21.729,08	38.583,60	0,00	60.312,68	489.988,00	524.830,00	
13.049,20	26.100,00	0,00	39.149,20	221.837,00	247.937,00	
138.207,85	84.572,00	0,00	222.779,85	4.003.997,00	4.088.569,00	
740.219,26	389.172,19	0,00	1.129.391,45	2.762.367,00	3.166.848,00	
101.286,71	85.452,00	0,00	186.738,71	1.949.610,00	2.035.062,00	
1.014.492,10	623.879,79	0,00	1.638.371,89	9.982.859,00	10.618.306,00	
24.688,98	31.581,36	0,00	56.270,34	250.235,00	236.468,00	
452.769,51	195.811,00	0,00	648.580,51	341.658,00	447.469,00	
12.749,00	0,00	0,00	12.749,00	1,00	1,00	
784.298,80	162.124,57	0,00	946.423,37	119.960,00	241.592,00	
690.374,07	607.719,79	26.063,00	1.272.030,86	2.390.065,00	1.996.331,00	
205.966,72	31.655,00	0,00	237.621,72	48.628,00	80.283,00	
0,00	199.144,40	199.144,40	0,00	0,00	0,00	
2.170.847,08	1.228.036,12	225.207,40	3.173.675,80	3.150.547,00	3.002.144,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	177.557,00	
3.185.339,18	1.851.915,91	225.207,40	4.812.047,69	13.133.406,00	13.798.007,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	927.658,55	426.542,28	
0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	3.801.725,74	0,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	4.731.384,29	428.542,28	
3.611.827,03	2.262.846,94	225.207,40	5.649.466,57	18.795.134,29	15.056.028,28	

I. Allgemeine Angaben zum Jahresabschluß

1. Aufstellungsgrundsätze

Der Jahresabschluß der MEDION AG wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches für große Kapitalgesellschaften sowie des Aktiengesetzes unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung aufgestellt. In Fällen von wesentlicher Bedeutung sind Bilanzierungs- und Bewertungswahlrechte in der Weise ausgeübt worden, daß der Jahresabschluß gleichzeitig den Rechnungslegungsvorschriften des International Accounting Standards Committee (IASC) entspricht. Sachverhalte, die eine unterschiedliche Bewertung grundsätzlich erfordert hätten, waren nach dem Materiality-Konzept der IAS als nicht wesentlich einzustufen. Auf die Darstellung einer Überleitungsrechnung konnte daher verzichtet werden. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren gewählt.

Die Bilanz ist unter Berücksichtigung der teilweisen Gewinnverwendung aufgestellt, dabei wurde der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes berücksichtigt.

2. Währungsumrechnung

Forderungen in ausländischer Währung sind mit dem Umrechnungskurs am Bilanzstichtag bewertet. Verbindlichkeiten in ausländischer Währung sind mit dem Terminkurs der Devisentermingeschäfte bewertet, die für die Wechselkurssicherung der entsprechenden Einkaufsgeschäfte abgeschlossen wurden. Devisenbestände auf Fremdwährungskonten bei Kreditinstituten wurden mit dem historischen Anschaffungskurs (zumeist Terminkurs aus Devisentermingeschäften) bzw. zum niedrigeren Kurs am Bilanzstichtag bewertet.

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

1. Angaben zur Bilanz

Die Bilanzierungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr mit folgenden Ausnahmen, die ausschließlich Ausweisänderungen betreffen, unverändert beibehalten worden. In Abweichung zum Vorjahr ist ein Darlehen aufgrund der langen Laufzeit aus der Position „Sonstige Vermögensgegenstände“ in die Finanzanlagen unter „Sonstige Ausleihungen“ umgliedert worden. Debitorische Kreditoren sind nicht aus den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und kreditorische Debitoren sind nicht aus den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen umgliedert worden.

Die *Immateriellen Vermögensgegenstände* (gewerbliche Schutzrechte und Software) werden zu Anschaffungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen bilanziert. Das *Sachanlagevermögen* wird zu Anschaffungs- oder zu Herstellungskosten bilanziert. Die Abschreibungen werden planmäßig nach der linearen Methode entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer mit steuerlich zulässigen Sätzen vorgenommen. Zugänge an beweglichen Anlagegegenständen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres werden mit der vollen, Zugänge im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres mit der halben Jahresabschreibung abgeschrieben. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr des Zuganges in voller Höhe abgeschrieben.

Es kommen folgende Abschreibungssätze zur Anwendung:

Immaterielle Vermögensgegenstände	3 bzw. 10 Jahre	linear
Gebäude und Außenanlagen	10–50 Jahre	linear
Einbauten in fremde Grundstücke	5–8 Jahre	linear, Dauer Mietvertrag
Technische Anlagen	5 Jahre	linear
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–20 Jahre	linear
Geringwertige Wirtschaftsgüter	100 %	im Jahr der Anschaffung

Die *Anteile an verbundenen Unternehmen* werden zu ihren Anschaffungskosten zuzüglich der Anschaffungsnebenkosten bilanziert.

Die *Sonstigen Ausleihungen* beinhalten zwei verzinsliche Darlehen. Diese sind zu Nominalwerten bilanziert und haben eine Laufzeit bis 2004 bzw. 2007. Die jährlichen Tilgungen werden als Abgänge gezeigt.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist dem Anlagespiegel auf den Seiten 70/71 zu entnehmen.

Der Bestand des *Vorratsvermögens* wird zu Anschaffungskosten bzw. zu Herstellungskosten unter Berücksichtigung von Anschaffungsnebenkosten oder mit den niedrigeren Werten am Abschlußstichtag bilanziert. Die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten erfolgt nach der gewogenen Durchschnittsmethode, daran schließt sich ein Niederstwerttest zum Bilanzstichtag an. Die zum Stichtag gegenüber dem Vorjahr erhöhten Bestände betreffen im wesentlichen schwimmende Ware und bei fremden Lagerhaltern und Spediteuren zwischengelagerte Waren für fest disponierte Projektaufträge. Die Größenordnung dieser Bestände macht zum Stichtag rund TDM 214.765 (= 91,4% der Vorräte) aus; zum Vorjahresstichtag waren entsprechende Bestände in Höhe von TDM 66.262 (= 91,8% der Vorräte) vorhanden.

Forderungen, Sonstige Vermögensgegenstände und Liquide Mittel werden zu Nennwerten bilanziert. Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden erkennbare Ausfallrisiken durch Einzelwertberichtigungen berücksichtigt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch eine Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen. Alle Forderungen haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

Wertpapiere des Umlaufvermögens sind mit den Anschaffungskosten bewertet.

In den *Aktiven Rechnungsabgrenzungsposten* ist ein Disagio in Höhe von DM 83.296,00 (Vorjahr: DM 95.200,00) enthalten.

Das *Grundkapital* belief sich zum Beginn des Geschäftsjahres auf insgesamt DM 30.000.000,00, eingeteilt in 6.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von DM 5,00 je Aktie. Sämtliche Aktien waren voll eingezahlt.

Auf der Hauptversammlung vom 9. November 1999 wurde beschlossen, das Grundkapital aus Gesellschaftsmitteln um DM 16.939.920,00 auf DM 46.939.920,00 zu erhöhen; dies entspricht € 24.000.000,00. Gleichzeitig wurde das erhöhte Grundkapital neu eingeteilt. An die Stelle einer Stückaktie mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital

von bisher DM 5,00 treten vier Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von € 1,00. Jede Aktie berechtigt zu einem Stimmrecht.

Zudem wurde das *Genehmigte Kapital I* in Höhe von DM 10.000.000,00 dahingehend geändert, daß der Vorstand ermächtigt wurde, das Grundkapital um bis zu € 5.000.000,00 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stammaktien gegen Bareinlage zu erhöhen. Der Vorstand hat im Berichtsjahr von dieser Ermächtigung keinen Gebrauch gemacht.

Das *Bedingte Kapital* in Höhe von DM 1.500.000,00, eingeteilt in 300.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien, wurde entsprechend den Beschlüssen der Hauptversammlung auf € 1.200.000,00 bzw. 1.200.000 Stückaktien umgestellt. Das bedingte Kapital dient der Gewährung von Umtauschrechten durch Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsmodells. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung von Wandlungsrechten entstehen, am Gewinn teil.

Die Entwicklung des Eigenkapitals im Geschäftsjahr ergibt sich aus folgender Übersicht:

	Stand am		Ausschüttung für		Stand am
	30.6.1999	Umbuchung	Zugang	Geschäftsjahr	30.6.2000
	DM	DM	DM	1998/1999	DM
I. Gezeichnetes Kapital	30.000.000,00	16.939.920,00	0,00	0,00	46.939.920,0
II. Kapitalrücklage	322.491.100,00	-16.939.920,00	0,00	0,00	305.551.180,00
III. Gewinnrücklagen	17.446.322,32	0,00	33.488.817,78	0,00	50.935.140,10
IV. Bilanzgewinn	17.446.322,33	0,00	33.488.817,78	-17.400.000,00	33.535.140,11
	387.383.744,65	0,00	66.977.635,56	-17.400.000,00	436.961.380,21

Die Kapitalrücklage enthält zum 30. Juni 2000 mit TDM 146 eine Sonderrücklage nach § 218 Satz 2 AktG, die im Zusammenhang mit der im Vorjahr ausgegebenen Wandelanleihe im Nennbetrag von TDM 259 gebildet wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG haben gem. § 17 Abs. 1 der Satzung 50% des Jahresüberschusses der MEDION AG (= TDM 33.489) in die Gewinnrücklagen eingestellt.

Die *Pensionsrückstellungen* bestehen für Versorgungszusagen an die Vorstandsmitglieder. Sie wurden nach versicherungsmathematischen Methoden unter Zugrundelegung eines Zinssatzes von 6% berechnet.

Die *Steuerrückstellungen* setzen sich wie folgt zusammen:

	30.6.2000	30.6.1999
	TDM	TDM
Körperschaftsteuer einschließlich		
Solidaritätszuschlag	0	20.543
Gewerbsteuer	6.912	17.773
	6.912	38.316

Die *Sonstigen Rückstellungen* berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen.

Die Rückstellungen sind in der Höhe bemessen, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist.

Sie setzen sich wie folgt zusammen:

Rückstellungen für	30.6.2000	30.6.1999
	TDM	TDM
Gewährleistungen	48.866	28.521
Ausstehende Eingangsrechnungen	17.016	12.848
Lizenzgebühren	7.834	10.073
Versicherungsprämien	1.156	1.789
Resturlaub und Jahressonderzahlungen	763	812
Übrige Rückstellungen	2.428	1.692
	78.063	55.735

Die Rückstellung für Garantieleistungen wurde für zu erwartende Nachbesserungsarbeiten und Gutschriften nach einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit vom garantiebehafteten Umsatz gebildet. Die angewendeten Prozentsätze sind abhängig von der jeweiligen Produktgruppe. Der Anstieg der Rückstellung ist auf die Verlängerung der Gewährleistungsfristen und die Ausweitung des Geschäftsbetriebes zurückzuführen.

Die *Verbindlichkeiten* sind zu ihren Rückzahlungsbeträgen ausgewiesen. Die Zusammensetzung, Fristigkeit und Besicherung ergibt sich aus nachfolgender Tabelle:

	<i>Stand am</i>		<i>davon mit einer Restlaufzeit von</i>			<i>Gesicherte</i>	<i>Stand am</i>
	<i>30.6.2000</i>		<i>bis 1 Jahr</i>	<i>1–5 Jahre</i>	<i>über 5 Jahre</i>	<i>Beträge</i>	<i>30.6.1999</i>
	<i>TDM</i>		<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>	<i>TDM</i>
Anleihen	724		0	254	470	0	259
davon konvertibel	(724)		(0)	(254)	(470)	(0)	(259)
Verbindlichkeiten							
gegenüber Kreditinstituten	5.525		2.430	1.745	1.350	4.100 ¹⁾	3.967
Verbindlichkeiten aus							
Lieferungen und Leistungen	38.132		38.132	0	0	38.132 ²⁾	45.149
Verbindlichkeiten gegenüber							
verbundenen Unternehmen	413		413	0	0	0	299
Sonstige Verbindlichkeiten	1.770		1.770	0	0	0	2.708
davon aus Steuern	(583)		(583)	(0)	(0)	(0)	(375)
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	(910)		(910)	(0)	(0)	(0)	(537)
	46.564		42.745	1.999	1.820	42.232	52.382

¹⁾ Davon TDM 4.100 durch Grundschulden gesichert.

²⁾ Es bestehen die üblichen Eigentumsvorbehalte aus Lieferungen von Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie Halbfabrikaten und Waren.

Unter *Anleihen* sind zwei Wandelanleihen in Höhe von DM 259.000,00 und € 240.150,00 (= DM 469.692,60) ausgewiesen, die an leitende Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogrammes ausgegeben wurden. Die bereits im Vorjahr ausgegebene Anleihe über DM 259.000,00 ist eingeteilt in 51.800 auf den Inhaber lautende, untereinander gleichberechtigte Schuldverschreibungen zu je DM 5,00. Die Schuldverschreibungen sind in einer Globalurkunde im Nennbetrag von DM 259.000,00 zusammengefaßt. Die Anleihe ist mit

4% p.a. ab dem 1. März 1999 zu verzinsen und in dem Falle, daß das Wandlungsrecht nicht ausgeübt wird, spätestens am 29. Februar 2004 zum Nennbetrag zurückzuzahlen. Die Wandelschuldverschreibung ist vor der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln ausgegeben worden und gewährt den Mitarbeitern das grundsätzlich unentziehbare Recht, jede Schuldverschreibung im Nennbetrag von DM 5,00 in eine Aktie alten Typs umzuwandeln. Das Wandlungsrecht kann erstmals am zweiten Bankarbeitstag nach der ordentlichen Hauptversammlung,

welcher der Jahresabschluß zum 30. Juni 2001 vorgelegt wird, ausgeübt werden. Das Wandlungsrecht erlischt mit Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsverhältnisses, und 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. Vor dem Hintergrund der nach Ausgabe der Wandelanleihe durchgeführten Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln und dem dabei durchgeführten Aktiensplit ist vorgesehen, im Falle der Ausübung des Wandlungsrechtes jede Schuldverschreibung im Nennwert von DM 5,00 in 4 Aktien neuen Typs mit einem anteiligen Wert am Grundkapital zu je € 1,00 umzuwandeln. Da der Wandlungspreis und damit die Zuzahlung der Mitarbeiter zum Bilanzstichtag noch nicht feststeht, ist eine Rücklage nach § 218 Satz 2 AktG in Höhe von TDM 146 gebildet worden. Durch das Ausscheiden eines Mitarbeiters sind DM 5.000,00 der Anleihe im Berichtsjahr vorzeitig zurückgezahlt worden.

Zum 1. April 2000 ist eine weitere Wandelanleihe im Gesamtnennbetrag von € 240.150,00 an leitende Mitarbeiter ausgegeben worden. Das Wandlungsrecht zum Tausch der Wandelschuldverschreibung im Nennbetrag von € 1,00 in eine neue Aktie der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von ebenfalls € 1,00 kann erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der ordentlichen Hauptversammlung, welcher der Jahresabschluß der Gesellschaft zum 30. Juni 2002 vorgelegt wird, ausgeübt werden. Im übrigen sind die Bedingungen der Wandelanleihe analog zur ersten ausgegebenen Wandelanleihe ausgestaltet.

2. Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

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

Die Gesellschaft 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. Zudem ist das Geschäft stark projektbezogen. Daher betrachtet die Gesellschaft die Produktgruppen nicht als getrennte Segmente. Vor diesem Hintergrund erstreckt sich die *Segmentberichterstattung* auf die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach geographischen Gesichtspunkten und nach Produktbereichen.

Die Bilanzierungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr mit folgenden Ausnahmen, die ausschließlich Ausweisänderungen betreffen, unverändert beibehalten worden. In Abweichung zum Vorjahr sind erhaltene Werbungskostenzuschüsse in den Materialaufwendungen unter „Aufwendungen für bezogene Waren“ erfaßt, der Vorjahresausweis erfolgte unter „Sonstige betriebliche Erträge“. Des weiteren werden die Kosten der Qualitätsprüfung von Waren im Materialaufwand unter „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ ausgewiesen, im Vorjahr wurden diese Aufwendungen unter „Sonstige betriebliche Aufwendungen“ erfaßt.

Die *Umsatzerlöse* sind auf den folgenden Märkten erzielt worden:

	1999/2000	1998/1999
	Mio. DM	Mio. DM
Inlandsumsätze	2.136	1.535
Umsätze im europäischen Ausland	354	74
	2.490	1.609
Erlösschmälerungen, Fehlmengen und Garantien	17	9
	2.473	1.600

Die Umsatzerlöse verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

	1999/2000	1998/1999
	Mio. DM	Mio. DM
PC/Multimedia	1.835	1.137
Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	540	379
Kommunikationstechnik	98	84
	2.473	1.600

Die *Sonstigen betrieblichen Erträge* betreffen im wesentlichen Erträge aus Provisionen, Versicherungserstattungen, Auflösungen von Rückstellungen, Lizenzerträge und Kursdifferenzen. In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge (Auflösungen von Rückstellungen) von TDM 562 (Vorjahr: TDM 1.320) enthalten.

Die *Sonstigen betrieblichen Aufwendungen* setzen sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
Betriebsaufwendungen	2.467	1.724
Verwaltungsaufwendungen	13.137	11.605
Vertriebsaufwendungen	63.932	33.994
Aufwendungen aus Kursdifferenzen	952	698
Veränderung der Gewährleistungsrückstellung	25.267	19.014
Übrige	4.888	1.382
	110.643	68.417

Die Aufwendungen aus Kursdifferenzen beruhen auf der Umrechnung von Fremdwährungspositionen zum Bilanzstichtag. Gewinne aus der Währungsumrechnung von TDM 327 (Vorjahr: TDM 1.865) sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten.

Der Anstieg der Veränderung der Gewährleistungsrückstellung ist auf eine allgemeine Verlängerung der Garantiezeiten und die Ausweitung der Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

Das *Zinsergebnis* setzt sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
Zinserträge	4.607	2.224
Zinsaufwendungen	3.705	5.362
	902	-3.138

Im Vorjahr wurden als *Außerordentliche Aufwendungen* die Kosten des Börsenganges in Höhe von TDM 15.608 erfaßt. Die *Steuern vom Einkommen und Ertrag* sind unter der Prämisse des Gewinnverwendungsvorschlages des Vorstandes berechnet worden und setzen sich wie folgt zusammen:

	1999/2000	1998/1999
	TDM	TDM
Körperschaftsteuer einschließlich		
Solidaritätszuschlag	38.903	20.594
Gewerbeertragsteuer	25.175	13.081
	64.078	33.675

III. Ergänzende Angaben

1. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen Verpflichtungen aus Kfz-Leasing-Verträgen in Höhe von TDM 248 p.a. (Vorjahr: TDM 170) sowie aus Mietverträgen über Geschäfts- und Lagerräume in Höhe von TDM 559 p.a. (Vorjahr: TDM 450).

2. Finanzinstrumente

Die Gesellschaft verwendet Devisentermingeschäfte, um Marktrisiken aus Wechselkursschwankungen bei den Einkaufsgeschäften, die im wesentlichen in US-\$ 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 zugrundeliegenden Liefergeschäften. Für kurzfristige Anpassungen der Fälligkeitszeitpunkte der Termingeschäfte an die tatsächlichen Zahlungszeitpunkte für die Verbindlichkeiten werden ergänzend auch Devisenswapgeschäfte abgeschlossen. Die Gesellschaft setzt darüber hinaus keine Finanzinstrumente zu Handels- und Spekulationszwecken ein.

3. Belegschaft

Im Jahresdurchschnitt waren beschäftigt:

Mitarbeiter nach Gruppen	1999/2000	1998/1999
Kaufmännisch	54	34
Gewerblich/technisch	156	144
Call-Center	213	134
	423	312

4. Beteiligungen

Name und Sitz		Prozentsatz		
		Eigenkapital	der Beteiligung	Jahresüberschuß
MEDION ELECTRONICS LIMITED,	Birmingham, England	£ 200.000,00	100%	1)
MEDION FRANCE S.A.R.L.,	Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000,00	100%	€ 41.518,50 ²⁾
MEDION International (Far East) Ltd.,	Hongkong, China	HKD 10.000,00	100%	3)
LIFETEC International Ltd.,	Hongkong, China	HKD 10.000,00	100%	4)

1) *Gesellschaftszweck:*
Vertriebsunterstützung und Service in Großbritannien. Bisher liegt kein Jahresabschluss vor. Zum 30. Juni 2000 beträgt der Mittelkurs: DM 1,00 = £ 3,090760.

2) *Gesellschaftszweck:*
Vertriebsunterstützung und Service in Frankreich.

3) *Gesellschaftszweck:*
Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft.

4) *Gesellschaftszweck:*
Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft.

Die MEDION AG ist Mutterunternehmen im Sinne von § 290 HGB und zur Konzernrechnungslegung verpflichtet. Sie stellt einen befreienden Konzernabschluss gemäß § 292 a HGB nach den International Accounting Standards (IAS) auf.

5. Vorstand

Im Berichtsjahr gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, *Essen*
(Vorsitzender des Vorstandes)

Diplom-Ökonom Christian Eigen, *Essen*
(Mitglied des Vorstandes)

Aufsichtsratsmitglied der BOV AG, Essen

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder beliefen sich im Berichtsjahr insgesamt auf DM 1.909.232,28 (Vorjahr: DM 2.170.867,98). Der variable Anteil für das Geschäftsjahr beträgt DM 840.000,00. Der Vorstand hielt 13.611.200 Aktien zum Stichtag 30. Juni 2000 (Vorjahr: 13.612.200 nach Aktiensplit).

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

6. Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr waren folgende Herren Mitglieder des Aufsichtsrates der Gesellschaft:

Dr. Rudolf Stütze, *Essen (Vorsitzender)*

Direktor der Deutsche Bank AG, Essen

*Aufsichtsratsmitglied der GELSENWASSER AG,
Gelsenkirchen*

*Aufsichtsratsmitglied der Klöckner-Werke AG,
Duisburg*

Dr. Klaus Eckert, *Düsseldorf (stellvertretender Vorsitzender)*

Vorsitzender der Geschäftsführung der

Carl Spaeter GmbH, Duisburg

Kim Schindelhauer, *Aachen*

Vorstandsmitglied der AIXTRON AG, Aachen

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten für ihre Tätigkeit im Berichtsjahr eine Vergütung von insgesamt € 45.500,00 (Vorjahr: DM 87.500,00). Aufwandsentschädigungen wurden im Berichtsjahr nicht gezahlt. Der Aufsichtsrat hielt zum Stichtag 30. Juni 2000 5.300 Aktien (Vorjahr: 9.200 Aktien nach Aktiensplit).

7. Vorschlag des Vorstandes zur Gewinnverwendung

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG schlagen folgende Gewinnverwendung vor:

Zahlung einer Dividende von DM 1,35 pro Aktie zuzüglich Körperschaftsteuergutschrift in Höhe von 3/7 des Ausschüttungsbetrages. Der verbleibende Bilanzgewinn soll auf neue Rechnung vorgetragen werden.

	<i>DM</i>
1. Verteilung an die Aktionäre	32.400.000,00
2. Einstellung in Gewinnrücklagen	0,00
3. Gewinnvortrag auf neue Rechnung	1.135.140,11
4. Bilanzgewinn	33.535.140,11

Essen, 17. August 2000

MEDION AG

Gerd Brachmann

Vorsitzender

des Vorstandes

Christian Eigen

Mitglied

des Vorstandes

Bestätigungsvermerk des Abschlußprüfers

Wir haben den Jahresabschluß unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht (nach § 315 Abs. 3 HGB zusammengefaßter Konzernlagebericht und Lagebericht) der MEDION AG für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 1999 bis zum 30. Juni 2000 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluß und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluß unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlußprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW) festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlußprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, daß Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluß unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den 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 der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluß und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfaßt die

Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes. Wir sind der Auffassung, daß unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

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

Essen, 22. August 2000

Märkische Revision GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Steuerberatungsgesellschaft

Dipl.-Ök. K.-H. Berten

Wirtschaftsprüfer

Dipl.-Kfm. H.-H. Schäfer

Wirtschaftsprüfer

--	--

Termine und Investor Relations-Kontakt

15. September 2000	Geschäftsbericht 1999/2000
15. September 2000	Bilanzpressekonferenz
31. Oktober 2000	vorläufiger Zwischenbericht 1. Quartal 2000/2001
31. Oktober 2000	Hauptversammlung
27. Februar 2001	Zwischenbericht 1. Halbjahr 2000/2001
27. Februar 2001	DVFA-Analystenkonferenz
22. Mai 2001	Zwischenbericht 3. Quartal 2000/2001

MEDION AG

Anne-Kathrin Müller

Freiherr-vom-Stein-Straße 131

45473 Mülheim/Ruhr, Germany

Tel.: +49 (0)208-765-6500

Fax: +49 (0)208-765-6510

E-mail: aktie@medion.com

Internet: www.medion.com



MEDION AG

Gänsemarkt 16-18

D-45127 Essen

Tel. +49 (0)201-810 810

Fax +49 (0)201-810 81 810

E-mail info@medion.com

Internet www.medion.com

MEDION®

www.medion.com