

1998 99

Geschäftsbericht



MEDION in Zahlen

Werte in Mio. DM	1996/97 *	1997/98 *	1998/99
Umsatz	631	1.075	1.600
- Inland	614	1.049	1.535
- Ausland	20	32	74
Erlösschmälerungen	3	6	9
Umsatzaufteilung nach Geschäftsbereichen			
- PC/Multimedia	315	634	1.137
- Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	249	370	379
- Kommunikationstechnik	67	71	84
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	24	48	84
Jahresüberschuß	13	26	35
Bilanzsumme	124	131	534
Eigenkapitalquote	14,88 %	17,91 %	72,47 %
Investitionen in Sachanlagen u. immaterielle Wirtschaftsgüter			
Abschreibungen	0,6	1,2	1,8
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	139	218	312
Personalaufwand	5,5	10,9	17,6

Aktienbezogene Daten

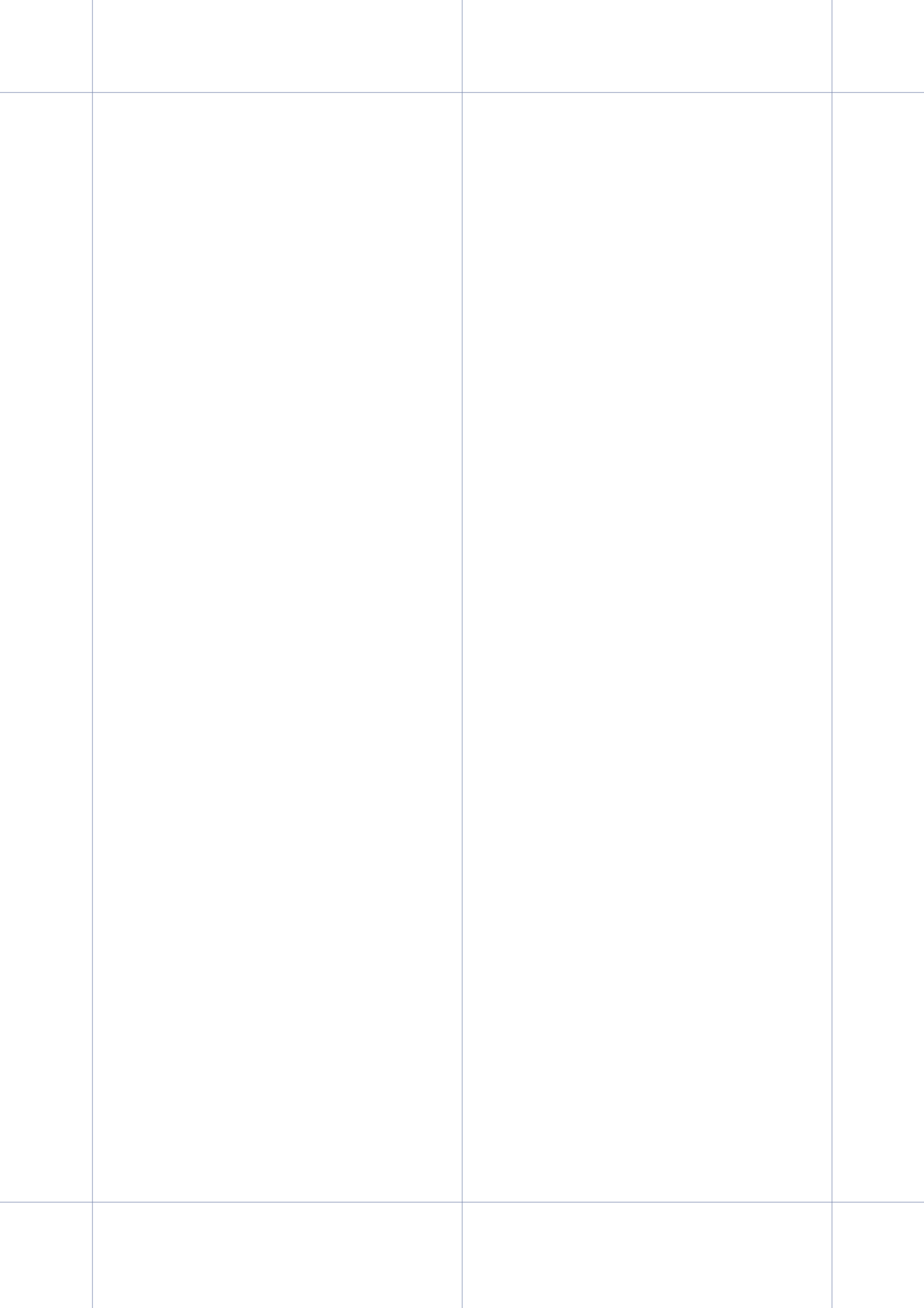
Grundkapital:	30 Mio. DM	Wertpapier-Kenn-Nr.: 660500
genehmigtes Kapital:	10 Mio. DM	Reuters-Kürzel: MDNG.F
		Notierungen: Frankfurt a. M. (Neuer Markt), Freiverkehr: Stuttgart, München, Düsseldorf, Bremen
		Streubesitz: 43 %

Werte in DM	1996/97 *	1997/98 *	1998/99
Ergebnis nach DVFA je Aktie	2,11	4,14	6,94
Cash Flow nach DVFA je Aktie	2,20	4,33	7,35
Dividende			2,90
- einschl. KSt.-Guthaben			4,14
Dividendensumme in Mio. DM			17,4
Netto-Dividendenrendite (am 30.6.)			1,51 %
Marktkapitalisierung (am 30.6.) in Mio. DM			3.227

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

1998 99

Geschäftsbericht



Inhalt

	Vorwort		5
	Bericht des Aufsichtsrates		7
	Lagebericht:	Das Geschäftsjahr 1998/99 der MEDION AG	9
	Masse maßgeschneidert:	Die ganze Bandbreite der MEDION AG	15
		Von der Marktforschung bis zur Garantieabwicklung	15
		Geschäftsfeld PC/Multimedia	17
		Geschäftsfeld Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	18
		Geschäftsfeld Kommunikationstechnik	18
		Geschäftsfeld Neue Medien	19
	Die MEDION-Aktie		21
	Jahresabschluß der MEDION AG		25
		Bilanz	26
		Gewinn- und Verlustrechnung	28
		Kapitalflußrechnung	29
		Anlagespiegel	30
		Anhang	32
		Bestätigungsvermerk	39
		Termine und Investor Relations-Kontakt	41



„Banking, Shopping, Dating.
Alles via Internet.“



Mit den Multimedia-
Produkten liegt MEDION
voll im Markttrend.

Vorwort

Vorsprung durch eine gute Idee

Sehr geehrte Aktionäre,

im Herbst 1998 wurde der MEDION Professional von der auflagenstärksten Computerzeitschrift in Deutschland zum besten Hardware-Produkt des Jahres gekürt und die MEDION AG mit dem Goldenen Computer ausgezeichnet. Im Februar 1999 avancierten unsere PCs bei der Stiftung Warentest im Preis und in der Qualität deutlich zum Testsieger. Nur kurze Zeit später zeichnete eine große deutsche Computerzeitschrift unsere Computer mit dem ersten Preis aus.

All diese Erfolgsmeldungen sind kein Zufall, sondern die Konsequenz unserer in dieser Form konkurrenzlosen Unternehmensidee, die Handel und Hersteller bei punktuellen Verkaufsaktionen in den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs-/Haushaltselektronik und Kommunikationstechnik sowie seit kurzem im Bereich Neue Medien unterstützt. Die MEDION AG ist damit ein Unikat an der Schnittstelle zwischen weltweit bekannten Markenherstellern von High-Tech-Produkten und den Massenvertriebskanälen des Lebensmitteleinzelhandels.

Im Mittelpunkt steht der Erfolg des Kunden

Als modernes Marketingunternehmen steuern wir für unsere Kunden 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 komplettiert unser Full-Service-Konzept. Dank unseres hochmodernen Call- und Service-Center, in dem sämtliche Garantie- und Ersatzteilleistungen abgewickelt werden, stehen wir dem Endverbraucher an 365 Tagen im Jahr zur Verfügung. In allen unseren Aktivitäten verfolgen wir einen Best-Value-Ansatz, bei dem wir dem Verbraucher einen optimalen Mix aus Preis, Qualität und Service bieten.

Über die Börse nach Europa

Mit einem gezeichneten Kapital von 30 Mio. DM startete die MEDION AG am 26. Februar 1999 mit einem Emissionspreis von 85 Euro als eine der größten Neuemissionen in diesem Jahr am Neuen Markt. Die MEDION-Aktie verzeichnete in der Folge eine Performance (Stand August 1999) von 194 % (67 % ohne Zeichnungsgewinn).

Der erfolgreiche Börsengang hat unser stabiles, wachstumsfähiges Fundament verbreitert. Den finanziellen Schub wie auch den deutlich gewachsenen Bekanntheitsgrad nutzen wir konsequent, um die Marktposition der MEDION AG im Inland auszuweiten und darüber hinaus das Unternehmen im europäischen Ausland gleichermaßen erfolgreich zu etablieren. Dazu begleiten wir unsere deutschen Kunden bei ihrer Expansion ins europäische Ausland und gewinnen gleichzeitig neue Kunden in Europa hinzu.

Erfolgreiche Testverkäufe in Frankreich sowie Großbritannien sind bereits die ersten Schritte in diese Richtung.

Auch in Zukunft ein Wachstumswert

Die MEDION-Aktie gehört zu den erstklassigen deutschen Wachstumswerten. Auch im Geschäftsjahr 1998/99 setzte sich unser Erfolg nahtlos fort. Die endgültigen Zahlen liegen erheblich über den Markterwartungen bei Börseneinführung. So kletterten die Umsatzerlöse ausgehend von 1,074 Mrd. DM (549 Mio. Euro) im Vergleichsjahr 1997/98 auf 1,6 Mrd. DM (818 Mio. Euro) im Berichtsjahr 1998/99. Das ist ein Anstieg von 49%. Als Jahresüberschuß wurden 34,9 Mio. DM (17,8 Mio. Euro) erzielt. Das um die Börseneinführungskosten (15,6 Mio. DM) bereinigte DVFA/SG-Ergebnis betrug 6,94 DM (3,55 Euro) pro Aktie. Damit verbesserten wir das Vorjahresergebnis je Aktie nach DVFA/SG (4,14 DM/2,12 Euro) überproportional um 67,6%. Die Zahlen verdeutlichen unsere ungebrochene Innovations- und Wachstumskraft auf dem Weg zum führenden internationalen Marketing-Dienstleistungskonzern. Auch in der Zukunft halten wir diesen Kurs bei, zum Wohle unserer Partner im Handel. Denn: Ihr Erfolg ist der Erfolg von MEDION.

Wir bedanken uns bei unseren Mitarbeitern für ihr stets großes Engagement und bei unseren Anlegern, Kunden und Partnern für das in uns gesetzte Vertrauen.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen



Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat sich während des Geschäftsjahres 1998/99 über den Gang der Geschäfte und die Lage des Unternehmens laufend unterrichtet und die Geschäftsführung des Vorstandes der Gesellschaft aufgrund schriftlicher und mündlicher Berichterstattungen 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.

Im Berichtsjahr kam der Aufsichtsrat insgesamt zu vier ordentlichen Sitzungen zusammen. Gegenstand der Erörterungen waren im wesentlichen der Börsengang der Gesellschaft, die wirtschaftliche Lage des Unternehmens, neue Kooperationen und die Internationalisierungsstrategie der Gesellschaft. 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. Des weiteren konnte sich der Aufsichtsrat davon überzeugen, daß alle erforderlichen Vorkehrungen für die mit der Umstellung auf das Jahr 2000 zusammenhängenden Probleme getroffen wurden. Auch außerhalb der Sitzungen standen die Aufsichtsratsmitglieder dem Vorstand beratend zur Seite. Weil der Aufsichtsrat aus nur drei Personen besteht, wurden keine Ausschüsse gebildet.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Märkische Revision GmbH hat den Jahresabschluß und den Lagebericht der MEDION AG zusammen mit dem Anhang zum 30. Juni 1999 geprüft. Der Abschlußprüfer hat dem Abschluß den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Der Abschluß, der Lagebericht und der Bericht des Abschlußprüfers haben allen Mitgliedern des Aufsichtsrates vorgelegen. Sie sind in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates in Anwesenheit des Abschlußprüfers ausführlich besprochen 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 und somit festgestellt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinnes an.

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

Essen, 9. September 1999

Der Aufsichtsrat



Dr. Rudolf Stützle, Vorsitzender

„Was hat meine
liebste Kaffeemarke
mit meinem neuen
Mobiltelefon zu tun?“

MEDION zeigt
Stärke in
den Neuen
Medien.



Lagebericht: Das Geschäftsjahr 1998/99 der MEDION AG

Überzeugendes Konzept

Der Gesamtmarkt für Consumer Electronics konnte 1998 nach den Rückgängen der vergangenen Jahre wieder zulegen. So erhöhte sich der Gesamtumsatz 1998 im Vergleich zum Vorjahr um 9,3% von 28,4 auf 31,4 Mrd. DM. Einen hohen Anteil an diesem Gesamtzuwachs hatten Home-PCs inklusive Peripherie (Drucker, Scanner etc.), deren Umsatz von 8,1 auf 10,5 Mrd. DM um 30% wachsen konnte. Der Bereich private Telekommunikation wuchs um 3,4% von 2,9 auf rund 3 Mrd. DM, während gleichzeitig in der klassischen Unterhaltungselektronik der seit sechs Jahren anhaltende Umsatzrückgang gestoppt werden konnte. Die Gesamtausgaben hierfür in Deutschland erhöhten sich leicht von 16,13 auf 16,14 Mrd. DM. 1)

Die MEDION AG legte aufgrund des überzeugenden Geschäftsmodells wie in den vorangegangenen Jahren auch im Geschäftsjahr 1998/99 überproportional im Vergleich zum Branchentrend zu. In all seinen Geschäftsbereichen hat das Unternehmen trotz eines hohen Wettbewerbs mittlerweile eine führende Marktposition erlangt. So ist es gelungen, bei PCs bzw. Notebooks unter die ersten zehn Anbieter in Deutschland aufzurücken. Bei PC-Peripherie-Produkten und in Teilbereichen der Unterhaltungselektronik liegen unsere Marktanteile, gemessen in Stückzahlen, mittlerweile im zweistelligen Bereich. Die im Hinblick auf den Endverbraucher verfolgte Best-Value-Strategie in Verbindung mit einem sicheren Auge für innovative Trendprodukte mit einem hohen Verkaufspotential bildeten somit auch im Berichtsjahr 1998/99 die sichere Basis hoher Umsatzsteigerungen.

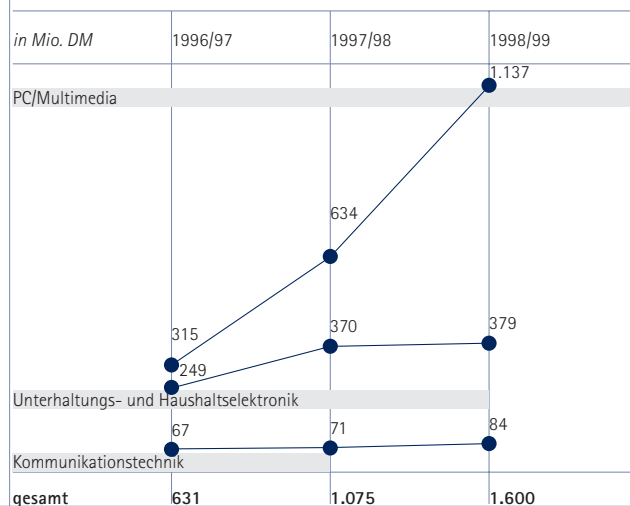
Zweistelliges Umsatzwachstum

Die MEDION AG erkennt, analysiert und bedient Konsumentenmarktrends und vermarktet Produkte des Non-Food-Bereiches (PC/Multimedia, Unterhaltungs-/Haushalts-elektronik und Kommunikationstechnik) im Rahmen von gezielten Verkaufsaktionen bei großen Einzelhandelsunternehmen der Lebensmittelbranche. Wir initiieren und organisieren für unsere Kunden durch Aktionsverkäufe den Vertrieb elektronischer Produkte, die außerhalb ihres eigentlichen Stammsortiments liegen.

Wir sind dabei aufgrund unseres Komplettangebotes von Marketing-Dienstleistungen Full-Service-Partner für Handel und Hersteller. Neben der Produktkonzeption und dem Design werden Leistungen wie Branding, Finanzierung, Auswahl geeigneter Produktionsstätten, Qualitätssicherung, Logistikmanagement sowie ein umfassender After-Sales-Service erbracht.

Das infolge dieses überzeugenden Dienstleistungskonzeptes erzielte dynamische Wachstum zeigt sich in einem Anstieg der Nettoumsatzerlöse um 49% auf 1,6 Mrd. DM (818 Mio. Euro). Besonders dazu beigetragen hat der ungebrochene Boom bei Multimedia-Produkten. Nachholbedarf aufgrund

Umsatzentwicklung



1) Informationen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik (gfu)

einer im internationalen Vergleich niedrigeren Versorgungsrate, Ersatzbedarf aufgrund sich verkürzender Produktlebenszyklen sowie neue multimediale Anwendungen ließen die Umsätze in diesem Segment um über 75 % von 634 Mio. auf 1,137 Mrd. DM ansteigen. Mit 71 % erzielte das Unternehmen den größten Teil seines Gesamtumsatzes in diesem Bereich. Der Bereich Unterhaltungs- und Haushaltselektronik erreichte mit 379 nach 370 Mio. DM einen Anteil von 24 % am Gesamtumsatz. Die Kommunikationstechnik erzielte mit 84 im Vergleich zu 71 Mio. DM im Vorjahr 5 % der Gesamterlöse.

1998/99 war die MEDION AG schwerpunktmäßig im deutschen Markt tätig. Hier erwirtschaftete das Unternehmen 95,4 % (97,0) seines Umsatzes. Die Konzentration auf einen überschaubaren Kundenkreis erklärt sich aus der Produktpolitik, die auf große Volumina ausgerichtet ist. Nur wenige Kunden in Deutschland können diese bewältigen. Im Zuge der Europäisierung der Geschäftstätigkeit werden neue Partner dazukommen und somit die Kundenbasis verbreitern.

Der Börsengang, gute Testergebnisse unabhängiger Experten für unsere Produkte und nicht zuletzt diverse erfolgreiche Verkaufsaktionen haben den Bekanntheitsgrad des Unternehmens deutlich gesteigert. Dies hat es uns erleichtert, in jüngster Zeit erfolgversprechende Verhandlungen mit potentiellen Neukunden zu führen, wobei der Börsengang vor allem im Ausland neue Möglichkeiten geschaffen hat. So konnten im Gesamtjahr die Auslandsumsätze von 32 Mio. DM im Jahr 1997/98 auf über 70 Mio. DM mehr als verdoppelt werden, wobei fast 50 Mio. DM allein in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres erzielt wurden.

Der Ausbau der Dienstleistungs- und Produktpalette durch die Vermarktung von Telekommunikationsdienstleistungen wie Anschlußvermarktung (ISDN, ADSL), Internet-

zugänge oder Mobilfunkangebote startete erfolgreich. Mehrere Tausend ISDN-Anschlüsse, Internetanbindungen sowie Mobilfunkverträge konnten in nur wenigen Monaten vermarktet werden.

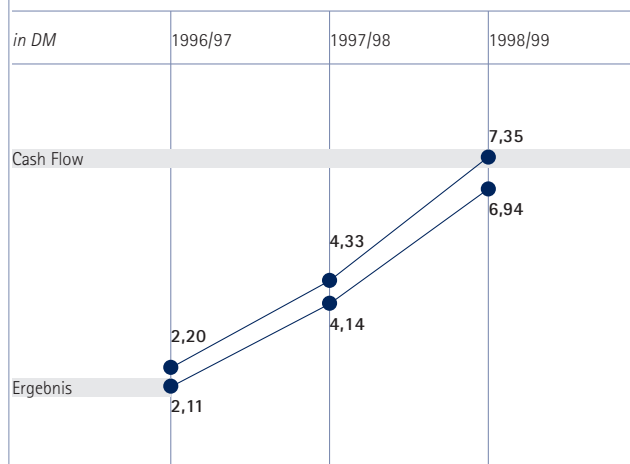
Erneut ein kräftiger Ergebnissprung

Ebenso wie beim Umsatz konnten die anlässlich des Börsengangs Ende Februar 1999 veröffentlichten Ergebnisprognosen der Emissionsbanken deutlich übertroffen werden. Nach Abzug aller Aufwendungen, einschließlich der Kosten des Börsenganges in Höhe von 15,6 Mio. DM und nach Abzug der Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von 33,7 (22,1) Mio. DM erzielte das Unternehmen einen Jahresüberschuß von 34,9 (26,0) Mio. DM. Das DVFA/SG-Ergebnis pro Aktie erhöhte sich im Verhältnis zur Umsatzsteigerung überproportional um 67,6 % von 4,14 DM (2,12 Euro) auf 6,94 DM (3,55 Euro). Zu dieser positiven Entwicklung hat die Tatsache beigetragen, daß wir konsequent sich bietende Kostenvorteile genutzt haben.

Solide Finanzlage

Der Cash Flow nach DVFA/SG belief sich im Berichtsjahr auf 44,1 Mio. DM gegenüber 26,1 Mio. DM des vergange-

Ergebnis und Cash Flow nach DVFA je Aktie



nen Geschäftsjahres. Davon entfielen rund 34,9 Mio. DM auf den gestiegenen Jahresüberschuß, rund 1,8 Mio. DM auf die Abschreibungen sowie 0,2 Mio. DM auf Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen.

Investitionen

Auf einer Fläche von rd. 5.000 m² wurde in Mülheim neben dem Call-Center ein Service-Center für die Garantie-sachbearbeitung, ein Kunden-Center für die technische Kundenberatung, ein Trainings-Center für die Schulung der Mitarbeiter, ein Logistik-Center für die Steuerung und Überwachung externer Reparaturdienstleister sowie ein Service-Lager für die Ersatzteil- und Zubehördisposition errichtet. Im Geschäftsjahr 1998/1999 beliefen sich die Investitionen auf insgesamt 6,1 Mio. DM. Im Planungsstadium befindet sich der Bau eines Verwaltungsgebäudes in Mülheim, das ab dem Jahr 2000 realisiert werden soll. Für das laufende Geschäftsjahr ist der Ausbau von Vertriebs- und Service-Stellen in Frankreich und England vorgesehen. Unabhängig von der Entscheidung, ob Immobilieneigentum erworben werden soll oder Räumlichkeiten angemietet werden, sind zum Aufbau einer mit Deutschland vergleichbaren Service-Infrastruktur pro Land ca. 1,5 bis 2 Mio. DM für EDV-Systeme sowie Büro- und Geschäftsausstattung anzusetzen.

An Investitionen im immateriellen Bereich sind der Ausbau des Management-Informationssystems, die schrittweise Einführung von Systemen für den elektronischen Datenaustausch mit Lieferanten, Kunden und Banken sowie der Ausbau des Warenwirtschaftssystems vorgesehen. Dafür werden finanzielle Mittel in Höhe von ca. 1 bis 2 Mio. DM veranschlagt.

Die Finanzierung soll aus dem Cash Flow erfolgen.

Qualifizierte Mitarbeiter

Die MEDION AG beschäftigte im Geschäftsjahr 1998/99 durchschnittlich 312 Mitarbeiter: davon 203 Vollzeit- und 109 Teilzeitbeschäftigte. Zum Stichtag 30. Juni 1999 hatten wir 329 Mitarbeiter; 40 Mitarbeiter mehr als zum Vergleichsstichtag 30. Juni 1998. Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter lag bei 32 Jahren. Der höchste Mitarbeiterbedarf bestand im After-Sales-Service (Lager, Service-Sachbearbeitung, Kundentechnik, Call-Center), in dem zum 30. Juni 1999 insgesamt 251 Mitarbeiter beschäftigt waren. Durch den Börsengang und die damit verbundene erhöhte Publizität und Akzeptanz des Unternehmens in der Öffentlichkeit sind die Mitarbeiter hoch motiviert. Ihre Leistung und ihr Engagement sind ein wesentlicher Beitrag zum Erfolg des Unternehmens.

Für einen ausgewählten Kreis von Führungskräften des Unternehmens besteht ein Management-Incentive-Programm. Diese Führungskräfte erhielten Wandelschuldverschreibungen zeitgleich mit dem Börsengang, die sie mit Beginn des dritten Jahres ihrer Laufzeit in Aktien der MEDION AG umtauschen können. Der Wandlungspreis errechnet sich auf Basis des Börsenkurses der MEDION-Aktie zu Beginn der jeweiligen Wandlungsfrist und der seit Begebung der Anleihe auf Grundlage von zwei Referenzperioden ermittelten Wertentwicklung der MEDION-Aktie im Verhältnis zum MDAX.

Marken, Geschmacksmuster und Lizenzen

Die MEDION AG verfügt über eine Vielzahl von Marken, u. a. MEDION, LIFETEC, LIFE, LIFESAT und VIDEON. Diese Marken sind in Deutschland vollständig geschützt. Die Marken genießen weitgehenden Auslandsschutz u. a. in Österreich, England und Frankreich. Neben den Marken verfügt MEDION über einige Geschmacksmuster. Im

Zusammenhang mit dem Vertrieb von PCs und Multimedia-Produkten sind der MEDION AG Nutzungsrechte aufgrund von Lizenzvereinbarungen eingeräumt worden. Diese Vereinbarungen beziehen sich u. a. auf Patente der IBM, auf Softwarelizenzen von Microsoft und Intel sowie auf die Marke ISDN der Deutsche Telekom AG.

Besondere Ereignisse

- **Umwandlung**

Durch Beschluß der Gesellschafter vom 17. September 1998 und Eintragung in das Handelsregister des Amtsgerichts Essen am 2. Oktober 1998 wurde die MEDION Electronic Handelsgesellschaft mbH & Co. KG in eine Aktiengesellschaft (MEDION AG) umgewandelt.

- **Börsengang**

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde durch Beschluß der Hauptversammlung vom 8. Februar 1999 von 20 auf 30 Mio. DM erhöht. Am 12. Februar 1999 wurde die Preisspanne für die MEDION-Aktie auf 77 bis 85 Euro je Aktie festgelegt. Aufgrund der hohen Nachfrage betrug der am 24. Februar 1999 vom Konsortialführer (Deutsche Bank AG) in Abstimmung mit der Gesellschaft fixierte Emissionspreis der Aktie 85 Euro. Von den 6 Millionen auf den Inhaber lautenden Stückaktien wurden 2,6 Millionen angeboten. Der Streubesitz beträgt demnach 43,3%. Am 26. Februar 1999 wurde die Aktie der MEDION AG erstmals am Neuen Markt gehandelt. Alle Aktien besitzen für das Geschäftsjahr 1998/99 die volle Dividendenberechtigung.

- **Geschäftsfeld Neue Medien**

Im Berichtsjahr richtete die MEDION AG den Geschäftsbereich Neue Medien ein. Dieser Geschäftsbereich vermarktet schwerpunktmäßig Telekommunikations- und Internet-

dienstleistungen. Damit vervollständigten wir die Dienstleistungs- und Produktpalette für Handel und Hersteller mit der Vermittlung von ISDN- und ADSL-Anschlüssen sowie der Vermarktung von Internetzugängen, Mobilfunkgeräten und Mobilfunkverträgen. MEDION hat bereits strategische Kooperationen mit bedeutenden Anbietern geschlossen, um preisgünstige sowie leistungsstarke Angebote zu initiieren.

Risikomanagement

Besondere Beachtung widmet die MEDION AG dem Aufbau eines Risiko-Management-Systems, mit dem insbesondere das projektbezogene Geschäft über Frühwarn-Indikatoren beobachtet wird. Im Rahmen dieses Projektes werden die Frühwarn-Indikatoren über den gesamten Projektablauf (vom Angebot über die Auftragserteilung bis zum After-Sales-Service) gelegt und durch die einzelnen MEDION-Bereiche überwacht.

In einem Risk-Management-Committee (RMC), besetzt mit den Führungskräften der entsprechenden Bereiche der MEDION AG, wurde das Risikocontrolling institutionalisiert. Die Mitglieder des RMC agieren damit als Risikomanager für ihren jeweiligen Bereich. Somit wird über Hierarchie- und Bereichsgrenzen hinweg eine durchgehende Überwachung und Kontrolle der unterschiedlichen Risiken, insbesondere der bestandsgefährdenden Risiken, gewährleistet. Es ist vorgesehen, diese Prozesse und Routinen zukünftig überprüfen zu lassen, um eine fortwährende Anpassung auch auf zukünftige, derzeit noch nicht absehbare Risikoprofile vornehmen zu können.

Jahr-2000-Problematik

Dem in unserem Hause existierenden Projekt „Umstellungsarbeiten Jahr 2000“ stehen ausreichende finanzielle und personelle Ressourcen für die Bewältigung des Jahr-2000-

Problems zur Verfügung. Die Projektplanung und Projektsteuerung erstreckt sich auf alle Niederlassungen und Töchter – auch im Ausland – und basiert auf einer Bestandsaufnahme und aktuellen Fortschreibung folgender Systeme:

IT-Systeme, Technische Ausrüstung, Kommunikation, Logistik.

Die Gesamtverantwortung für die Vorbereitungen auf das Jahr 2000 sind einer Projektgruppe übertragen worden.

Eine Prioritätensetzung im Hinblick auf die für unser Unternehmen lebenswichtigen Systeme, insbesondere die Warenwirtschaft und das Rechnungswesen, erfolgen durch diese Projektgruppe.

Das im April 1998 begonnene Projekt wird bis zum 31. Dezember 1999 hinsichtlich aller Jahr-2000-relevanten Systeme abgeschlossen sein. Warenwirtschaft, Rechnungswesen und Logistik wurden bereits bis zum 30. Juni 1999 umgestellt, die anderen Bereiche folgen zum Ende des Kalenderjahres.

Strategie und Ausblick

Die Strategie der MEDION AG zielt auf eine weitere deutliche Steigerung von Umsatz und Ergebnis. Dabei wird die strategische Entwicklung von folgenden Faktoren getrieben: *Regionales Wachstum/Neue Kunden, Innovative Produkte, Geschäftsfeld Neue Medien, Ausbau lukrativer Märkte im Bereich E-Commerce und Direktmarketing.*

Regionales Wachstum/Neue Kunden

Die MEDION AG wird das erfolgreich auf dem deutschen Markt entwickelte Unternehmenskonzept auf Europa ausweiten. Aufgrund der schlanken Struktur, der Flexibilität im Produktmanagement sowie der Kompetenz in bezug auf die Lieferung qualitativ hochwertiger und preiswerter Ware haben wir die Chance, die bedeutende Position als Partner der großen Handelskonzerne im europäischen Wettbewerb auszubauen.

Erklärtes Ziel ist es ebenfalls, weitere Potentiale im Inland sowohl über den Ausbau bestehender Partnerschaften als auch durch die Gewinnung von Neukunden zu erschließen.

Wachstum durch innovative Produkte

Technologische Weiterentwicklungen in Verbindung mit einer wachsenden Kundenakzeptanz gegenüber neuen Technologien lassen mittelfristig ein erhebliches Wachstum erwarten.

Solche innovativen Produkte werden bestimmt durch Digitalisierung, Miniaturisierung und Integration, die technologische Quantensprünge einleiten werden. Beispiele hierfür sind digitale Fotografie, digitale Satellitentechnik, Flachbildschirme, DVD und MD. Die Verbraucher werden in zunehmendem Maße ihre analogen Geräte im Bereich Multimedia und Unterhaltungselektronik gegen solche digitalen Neuentwicklungen eintauschen. Diese neuen Technologien schaffen somit auf Sicht völlig neue Massenmärkte mit hohen Wachstumsraten. Dank unseres außergewöhnlichen Konzeptes werden wir davon erheblich profitieren.

Neue Medien

Preis-/leistungsstarke Bundling-Angebote, welche die Hardware-Verkaufsaktionen mit Internet-, ISDN-, Tarif- oder Mobilfunkangeboten verbinden, stellen weiteres Potential in echten Wachstumsmärkten dar.

Ausbau weiterer lukrativer Märkte

Weitere Potentiale ergeben sich aus dem Einsatz des Call-Center für Direktmarketing sowie dem Ausbau des E-Commerce von einem Markt für Sonderposten zu einem kompletten virtuellen Kaufhaus. Die angebotenen Produkte werden jedoch nicht in Konkurrenz zu den Aktionsverkäufen unserer Partner im Handel stehen.

„Zum Sechszigsten
jetzt den ersten PC.“

MEDION vermarktet die
komplette Bandbreite des
PC-Marktes.



Masse maßgeschneidert: Die ganze Bandbreite der MEDION AG

Von der Marktforschung bis zur Garantieabwicklung

Service, der anderen Erfolge verschafft

In zeitlich limitierten Verkaufsaktionen vermarktet die MEDION AG 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. Eingebettet in ein strategisches Gesamtkonzept decken wir dabei die komplette Wertschöpfungskette ab.

Wir bieten den Partnern im Handel, Endverbrauchern und Lieferanten einen allumfassenden Service, der in dieser Form einzigartig ist. 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.
Produkt-konzeption	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.
Produkt-design	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.
Qualitäts-management	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).
Logistik-management	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.

Allein am Interface

Die MEDION AG bewegt sich entlang einer einzigartigen Schnittstelle: Auf der einen Seite eröffnen wir europäischen Handelsunternehmen der Lebensmittelbranche neue Marktsegmente durch den Absatz innovativer Produkte mit hohem Verkaufspotential außerhalb ihres Stammsortiments. Auf der anderen Seite erschließen wir weltweit agierenden Markenherstellern in Deutschland und Europa neue Absatzkanäle.

Die MEDION AG hat an dieser Schnittstelle, wegen hoher Markteintrittsbarrieren, keinen unmittelbaren Wettbewerber mit einem vergleichbaren Gesamtkonzept. Die komplexen, miteinander verflochtenen Dienstleistungen sind der beste Schutz vor Konkurrenz. Vergleichbare Konzepte können nicht von heute auf morgen generiert werden.

Auch das außergewöhnliche Service-Konzept für die Endverbraucher ist nicht einfach zu kopieren, sondern bedarf längerer Entwicklungszeiten.

Highlights

MEDION besitzt

- Erfahrung und langjährige Erfolge in der Zusammenarbeit mit Handelskonzernen und Herstellern,
- ausgeprägte Kundenkontakte,
- ein umfassendes und innovatives Gesamtsortiment,
- Einkaufs- und logistisches Know-how,
- eine umfassende Qualitätssicherung,
- genaue Marktkenntnisse,
- hohe Flexibilität in der Bereitstellung der Produkte.

Know-how für Europa

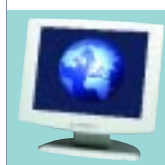
Die MEDION AG wird das für den deutschen Markt entwickelte Konzept auf andere europäische Märkte übertragen und sich so mit neuesten Entwicklungen in Technik und Design in Europa als internationales High-Tech-Marketingunternehmen etablieren.

Denn unser Business-Konzept ist die Antwort auf die Herausforderungen der Märkte von morgen: Wir bieten allen Kunden in Europa das Rüstzeug, um sowohl im härter werdenden europäischen Wettbewerb zu bestehen, als auch die sich verändernden Bedürfnisse in neu entstehenden Massenmärkten zu erkennen, zu bedienen und somit Wachstumchancen wahrzunehmen.

Trends im Markt von Morgen	Die Antwort von MEDION
• Geschwindigkeit als der entscheidende Wettbewerbsfaktor	• Just-in-Time und Built-to-Order-Belieferung
• Scharfer Wettbewerb und tendenziell nachlassende Kaufkraft üben starken Druck auf Margen aus	• Best-Value-Konzept (optimaler Mix aus Preis, Qualität und Service)
• Preisverfall	• Kosten- und Preisführerschaft
• Verkürzung der Lebenszyklen von Produkten und Strategien	• Aktionsverkäufe mit Trendprodukten
• Weltweite Beschaffung und virtuelle Kundenbeziehungen durch Internet und Telefon	• Global-Sourcing durch weltumspannendes Netzwerk, Call-Center, E-Commerce
• Zunehmende Ansprüche an die Geräte	• Innovative Produktkonzeptionen
• Weiche Faktoren bestimmen zunehmend die Kaufentscheidung aufgeklärter Verbraucher	• After-Sales-Support an 365 Tagen, Vor-Ort-Service, Bring-in-Service, zuverlässige Garantieabwicklung

<http://www.medion.com>

Endverbraucher können mittlerweile per Internet bei MEDION Zubehörartikel und Erweiterungsgeräte in Ergänzung zur Aktionsware des Handels kaufen. Obendrein besteht die Chance, Sonderposten aus den Beständen zu extrem günstigen Preisen zu bestellen.



Geschäftsfeld PC/Multimedia

**Multimedia verspricht hohes
Wachstum**

Multimedia ist ein ungesättigter Markt mit starken Wachstumspotentialen. Zum einen sorgen im PC-Segment samt Zubehör (PC, Multimedia-Anwendungen, Druckertechnologien, Softwareprodukte etc.) die kurzen Produktlebenszyklen für einen hohen Ersatzbedarf. Das Preis-Leistungs-Verhältnis verbessert sich rasend schnell. Hochwertige Computertechnologien, zunächst nur von professionellen Anwendern nachgefragt, sind schon nach kurzer Zeit auch für Endverbraucher erschwinglich. Zum anderen hat diese Technik eine ungewöhnlich hohe Akzeptanz. Immer stärker findet sie deshalb Zugang in den Alltag der Menschen: in Beruf, Freizeit und Schule.

Neuer deutscher Rekord

Die Zahlen sprechen für sich: Im Jahr 1998 wurden weltweit 93 Millionen PCs verkauft, 16% mehr als 1997. In Deutschland, das mit 30 PCs pro 100 Einwohner im Mittelfeld der Industriestaaten liegt, stieg der Absatz um 19% auf 5,5 Millionen Computer. Das ist deutscher Rekord. Nur in den USA (35 Millionen verkaufte Geräte) und in Japan (8,4 Millionen verkaufte Geräte) wurden 1998 mehr PCs abgesetzt.¹⁾ Zum Gesamtwachstum im PC-Bereich hat vor

allem der Absatz von PCs an private Nutzer mit einer Steigerung von 37,8% auf 3,3 Mio. verkaufte Einheiten beigetragen. In fünf Jahren hat sich der Gesamtbestand an PCs in privaten Haushalten auf ca. 11 Mio. erhöht. Als wichtigster Kaufimpuls hat sich inzwischen der Wunsch erwiesen, im Internet dabeizusein.²⁾

Für die nächsten Jahre gehen die Experten vor allem im Consumer-Bereich bei PCs und Peripherie von durchschnittlich zweistelligen Wachstumsraten aus.

Vielseitige Produktpalette

Die MEDION AG vertreibt in diesem äußerst dynamischen Geschäftsfeld mit großem Erfolg Computer, Drucker, Scanner, Modems und Software. Der von uns verfolgte Plug-and-Play-Ansatz ermöglicht den Endverbrauchern die einfache Installation seiner Peripheriegeräte. Das Zubehör kann ohne großen Aufwand – typisch für unser serviceorientiertes Unternehmen – über Telefon, Internet oder einfach per Post bestellt werden.

MEDION AG mit starker Marktposition

Innerhalb kurzer Zeit erreichte die MEDION AG, gemessen in Stückzahlen, im Segment Multimedia bedeutende Marktanteile. So gelang es dem Unternehmen, bei PCs unter die Top-Anbieter in Deutschland aufzurücken. Bei Druckern und Scannern konnten wir signifikante Marktanteile von über 10% gewinnen. Aufgrund unseres Best-Value-Konzeptes – qualitativ hochwertige, preisgünstige Angebote mit umfangreichem Service anzubieten – sind wir in der Lage, in Deutschland, aber auch künftig in Europa unsere Marktdurchdringung noch spürbar zu erhöhen.

¹⁾ Informationen des Fachverbandes für Kommunikationstechnik im ZVEI und des Fachverbandes Informationstechnik im VDMA und ZVEI

²⁾ BBE Branchen-Report Consumer Electronics

- Im Jahr 1998 wurde der Computer „MEDION Professional“ von den Lesern der ComputerBILD, Europas größter Computerzeitschrift, zum Goldenen Computer des Jahres gewählt.
- In der Ausgabe der Stiftung Warentest 2/99 hat der Multimedia-Computer von MEDION im Vergleich zu namhaften Markenherstellern die beste Bewertung erzielt. Als einziger Computer konnte unser Produkt bei allen Bewertungskriterien wie Leistungsfähigkeit, Handhabung, Vielseitigkeit und Verarbeitung die Note „gut“ erreichen. Es zeigt sich, daß die Konzeption der Artikel nach dem Best-Value-Konzept, also eine optimale Kombination aus Produktqualität, Service und Preis, einen enormen Wettbewerbsvorsprung bedeutet. Wir treffen genau die Bedürfnisse der Endverbraucher.



Geschäftsfeld Unterhaltungs- und Haushaltselektronik

Trendwende durch neue Technologien

In den vergangenen Jahren führten in der Branche Preisverfall und der hohe Sättigungsgrad zu stetig sinkenden Umsätzen. Doch allmählich leiten neu entwickelte Technologien (Digitaltechnologien, Dolby-Surround-Anlagen, neue 16:9 Breitband- und 100 Hz-TV-Geräte, Plasmabildschirme, die Verbindung von Fernsehen und Internet) die Trendwende ein.

So wuchs 1998 das Geschäft mit Farbfernsehern um 2,3 % auf 5,6 Mrd. DM. Für Camcorder wurden mit 940 Mio. DM 3,9 % mehr ausgegeben als im Jahr zuvor, was vor allem auf die steigende Nachfrage nach digitalen Geräten zurückzuführen war. Zusätzlich zu den oben genannten Wachstumsmärkten versprechen die neuen Digitaltechnologien für Audio, Video und Aufzeichnungsmedien Wachstumspotentiale. Positive Impulse werden hier insbesondere

von digitalen Camcordern, CD- und MD-Recordern und von der Digital Versatile Disc mit deutlich ausgeweitetem Hard- und Softwareangebot erwartet. Insgesamt schätzt die Branche, daß allein für den Bereich Unterhaltungselektronik 1999 in Deutschland wieder rund 16 Mrd. DM ausgegeben werden.¹⁾

Konzept überzeugt in einem schwierigen Umfeld

Die bemerkenswerte Tatsache, daß die MEDION AG in einem in der Vergangenheit schwierigen Umfeld mit Fernsehern, Videogeräten, HIFI-Systemen, Portables, aber auch mit sonstigen Elektrogeräten die jeweiligen Marktanteile in den letzten Jahren ständig ausbauen konnte und über die Jahre hinweg Umsatzzuwächse erzielte, ist der beste Beweis für die strategische Überlegenheit des Business-Konzeptes: So wirkt sich die Fokussierung auf stark nachgefragte Wachstumsprodukte in einer Art „Cherry Picking“ positiv aus. Durch die konkurrenzlos günstigen Produkte löst MEDION darüber hinaus Mitnahme-Effekte aus, die den Marktanteil des Unternehmens tendenziell erhöhen.



Geschäftsfeld Kommunikationstechnik

Wachstum und Integration – MEDION AG profitiert

Der Wachstumstrend im Bereich Telekommunikation für den Endverbraucher-Markt hielt auch 1998 unverändert an. Das Stück- und Umsatzvolumen von Telefonendgeräten im privaten Markt zeigt seit der Liberalisierung stetiges Wachstum. So nahmen die Umsätze in diesem Marktsegment im Vergleich zu 1997 um 9,5 % auf 3,2 Mrd. DM zu. Die Zahl der Programmempfänger per Satellit stieg 1998 auf 11,55 Mio. Haushalte, insgesamt verzeichneten

Satellitenempfangssysteme ein Umsatzplus von 18 % auf 942 Mio. DM. Für den digitalen Direktempfang per Satellit werden in Europa sehr hohe Steigerungsraten prognostiziert.¹⁾

Umfassendes Sortiment gut plaziert

Im Bereich Kommunikationstechnik vermarktet die MEDION AG hochwertige digitale, schnurlose Telefone, Anrufbeantworter sowie Faxgeräte. Satellitentechnik, Decoder, Antennen, Mehrfachsysteme und Receiver runden das Sortiment ab. Hohe Marktanteile im zweistelligen Bereich, gemessen in Stückzahlen, halten wir bei Anrufbeantwortern, Satellitensystemen sowie in Teilsegmenten des Bereiches Telekommunikationsendgeräte.



Geschäftsfeld Neue Medien

Wachstumsfaktor Internet

Das Internet gewinnt unablässig an Bedeutung. Die im Netz bereitgestellten Informationen, die Kommunikationsangebote sowie die Möglichkeit, Transaktionen durchzuführen, seien es Homebanking oder E-Commerce, überzeugen immer mehr Menschen. Die Nachfrage nach Produkten rund um das Internet wird sich daher weiter dynamisch entwickeln.

Bereits 1998 nutzten etwa 150 Millionen Menschen weltweit regelmäßig das Internet. In Deutschland stieg 1998 die Zahl der User, gemessen an den Abonnenten, um 32 % auf 7,3 Millionen. Der Nachholbedarf ist allerdings im Verhältnis zu den USA noch groß. Deshalb geht der Fachverband Informationstechnik für Deutschland von einem durchschnittlichen Zuwachs von rund 29 % jährlich aus. Dies ergibt im Mittel etwa 3 Millionen neue Anschlüsse pro Jahr.²⁾

Handys weiter auf dem Vormarsch

Auch das Segment Mobiltelefone weist hohe Wachstumsraten auf. 1998 nahm die Zahl der mobilen Telefonanschlüsse in Deutschland um rund 70 % zu. Damit verfügen in Deutschland 17 von 100 Einwohnern über ein Mobiltelefon. In Ländern wie Italien und Japan liegt die Handyrate mit 35 bzw. 32 Geräten je 100 Einwohner etwa doppelt so hoch. Auch in Deutschland wird die Zahl der Mobiltelefone – im Zuge des sich weiter verschärfenden Wettbewerbs, der auf Dauer zu Preisen führt, die mit denen des Festnetzes durchaus vergleichbar sind – weiter steigen. Das Handy-Geschäft wird mittelfristig weiter wachsen. 1999 kann der Gesamtabsatz die 5-Mio.-Grenze überschreiten, und bis Ende 2000 werden zwischen 5,5 und 6,5 Mio. verkaufte Geräte erwartet.³⁾

Mit Neuen Medien am Marktwachstum teilhaben

Im Geschäftsjahr 1998/99 gründete die MEDION AG den Geschäftsbereich Neue Medien. Schwerpunktmäßig vermarkten wir ISDN- und ADSL-Anschlüsse, Internetzugänge, Mobilfunkgeräte und -verträge. Damit wird MEDION am exorbitanten Wachstum der nächsten Jahre teilhaben. Bereits jetzt haben wir Kooperationen mit bedeutenden Partnern geschlossen.

Der Markt für Telekommunikationsdienstleistungen läßt sich von Multimedia-Anwendungen nicht mehr trennen. Schon deshalb hat die MEDION AG aufgrund des bereits sehr hohen Vermarktungspotentials an PCs, Notebooks, Peripherieprodukten und Software eine sehr hohe Präsenz in diesem Markt. Wir nutzen diesen strategischen Vorteil konsequent aus und werden so auch das noch junge Geschäftsfeld Neue Medien zum Erfolg führen.

¹⁾ BBE Branchen-Report Consumer Electronics

²⁾ Informationen des Fachverbandes Informationstechnik im VDMA und ZVEI

³⁾ BBE Branchen-Report Consumer Electronics

„Alles inklusive: mehr Styling,
weniger Cash.“

Alles für Haushalt und
Körper: Die MEDION-Range
der Elektrokleingeräte.



Die MEDION-Aktie

Die MEDION-Aktie am Neuen Markt

Die MEDION-Aktie wurde am 26. Februar 1999 am Neuen Markt (WKN 660.500) eingeführt. In der Zeit vom 15. bis 24. Februar 1999 war für die Aktien eine Bookbuilding-Spanne von 77 bis 85 Euro festgesetzt worden. Aufgrund der hohen Nachfrage der Investoren wurde der Emissionspreis mit 85 Euro auf das obere Ende der Zeichnungsspanne festgelegt. Im Zuge des IPO wurde das gezeichnete Kapital der MEDION AG von 20 auf 30 Mio. DM erhöht. Das Grundkapital ist eingeteilt in 6 Millionen auf den Inhabere lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von jeweils 5 DM. Auch die jungen Aktien sind für das Geschäftsjahr 1998/99 – also ab dem 1. Juli 1998 – voll dividendenberechtigt.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung die Umstellung des Nennwertes der Aktie auf Euro sowie eine entsprechende Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln vorschlagen, so daß im Ergebnis Berichtigungsaktien im Verhältnis 4:1 begeben werden sollen.

Die MEDION-Aktie trägt im Neuen Markt das Kürzel MDN. Designated Sponsors sind die Deutsche Bank und die Dresdner Bank.

Das Unikat in der deutschen Börsenlandschaft

Die MEDION-Aktie ist ein absolutes Unikat in der deutschen Börsenlandschaft. Der Kurs entwickelt sich seit dem Börsengang außergewöhnlich erfolgreich. Er kletterte in der Spitze bis auf 283,50 Euro und pendelte sich im Fahrwasser einer ruhiger werdenden Börse im August 1999 bei 250 Euro ein. Das entspricht einem Plus von 194 % im Verhältnis zum Ausgabekurs. Im Vergleich zum ersten an der Frankfurter Börse festgestellten Kurs von 150 Euro konnte die Aktie um 67 % zulegen und gehört somit zu den erfolgreichsten Neuemissionen des Jahres 1999. Investoren und Analysten haben das innovative Konzept des Unternehmens, das seit fünf Jahren dynamisch wächst, erkannt und handeln entsprechend.

Auch in Zukunft werden wir den erfolgreich eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen, mit dem Ziel, der international führende Marketing-Dienstleister zu werden. Im Berichtsjahr 1998/99 wurden die ersten Schritte bereits eingeleitet.

Dividende von 2,90 DM

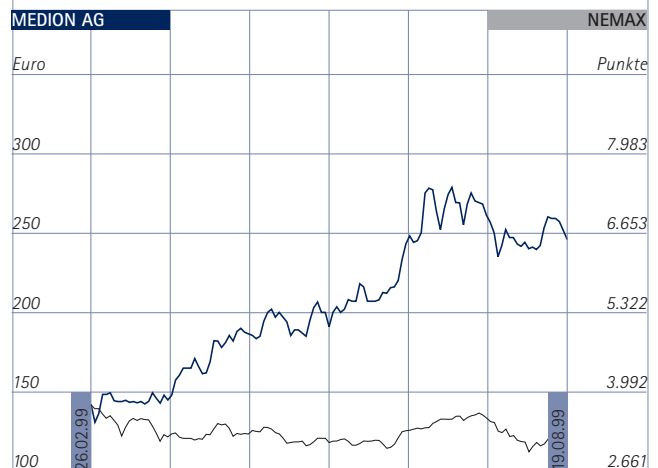
Im abgelaufenen Geschäftsjahr belief sich der Gewinn nach der DVFA/SG-Formel auf 6,94 DM (3,55 Euro) je Aktie gegenüber 4,14 DM (2,12 Euro) im Vergleichsjahr. Im Hinblick auf das hervorragende Ergebnis schlagen Aufsichtsrat und Vorstand der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 1998/99 eine Bardividende von 2,90 DM vor. Inklusiv anrechenbarer Körperschaftsteuer ergibt sich daraus eine Bruttodividende in Höhe von 4,14 DM. Sämtliche Aktien sind für 1998/99 voll dividendenberechtigt.

Investor Relations

Die MEDION AG pflegt einen regelmäßigen und offenen Umgang mit potentiellen Anlegern, Aktionären und Analysten. Im Geschäftsjahr 1998/99 führte das Unternehmen fünf Roadshows an allen wichtigen Finanzplätzen Europas durch. Von Anfang März bis Ende Juli besuchten 14 namhafte deutsche und internationale Fondsgesellschaften das Unternehmen. Auf diese Weise präsentierte sich das Unternehmen in nur wenigen Monaten über 100 Investoren. Zahlreiche Investoren nutzten zudem die Gelegenheit, sich über Produktneuheiten sowie aktuelle Entwicklungen auf der Internationalen Funkausstellung vom 28. August 1999 bis 5. September 1999 in Berlin am MEDION-Stand zu informieren. In regelmäßigen Quartalsberichten stellt die MEDION AG ausführlich die wirtschaftliche Situation des Unternehmens dar. In Pressekonferenzen und Analystenveranstaltungen wird über aktuelle Entwicklungen in der MEDION AG detailliert berichtet.

Auch in Zukunft werden wir diesen offenen Stil beibehalten und Wirtschaftspresse, Analysten sowie Investoren wie gewohnt umfassend über die Gesellschaft informieren.

Kursverlauf seit dem Börsengang im Vergleich zum Neuen Markt



„Mini mein erstes Auto,
Mini meine liebste Mode,
Mini mein neues Hifi,
Mini bleibt mein Budget“



MEDION – Unterhaltungselektronik in ihrer ganzen Bandbreite.

Jahresabschluß der MEDION AG

Generelle Anmerkung

Die Umsatz- und Ergebniszahlen des Vorjahres basieren auf den im Emissionsprospekt veröffentlichten Als-ob-Aktiengesellschaft-Zahlen. Bei den Vergleichszahlen der Bilanz handelt es sich um die Zahlen der Eröffnungsbilanz der AG zum 1. Juli 1998.

Bilanz zum 30. Juni 1999

MEDION AG, Essen

	30.6.1999 DM	1.7.1998 DM
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	829.479,00	447.538,14
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	10.618.306,00	7.509.217,00
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.002.144,00	2.592.293,87
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	177.557,00	196.654,20
	13.798.007,00	10.298.165,07
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	426.542,28	0,00
2. Beteiligungen	2.000,00	2.000,00
	428.542,28	2.000,00
	15.056.028,28	10.747.703,21
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Waren	72.216.122,96	78.787.305,56
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	165.000,00
	72.216.122,96	78.952.305,56
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	71.441.474,61	29.113.597,07
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	57.154,20	0,00
3. Sonstige Vermögensgegenstände – davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: DM 1.717.492,30 (1.7.1998: DM 62.879,11)	25.281.751,56	10.794.308,74
	96.780.380,37	39.907.905,81
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	349.458.354,73	1.512.815,40
	518.454.858,06	120.373.026,77
C. Rechnungsabgrenzungsposten		
– davon Disagio: DM 95.200,00 (1.7.1998: DM 107.104,00)	457.348,60	113.784,01
	533.968.234,94	131.234.513,99

	30.6.1999 DM	1.7.1998 DM
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	30.000.000,00	20.000.000,00
– davon auf Stammaktien entfallend: DM 30.000.000,00		
– Bedingtes Kapital: DM 1.500.000,00		
– Genehmigtes Kapital I: DM 10.000.000,00		
II. Kapitalrücklage	322.491.100,00	0,00
III. Gewinnrücklagen	17.446.322,32	0,00
IV. Bilanzgewinn	17.446.322,33	0,00
	387.383.744,65	20.000.000,00
B. Rückstellungen		
1. Pensionsrückstellungen	151.100,00	0,00
2. Steuerrückstellungen	38.316.266,00	9.324.839,00
3. Sonstige Rückstellungen	55.734.596,71	19.168.109,81
	94.201.962,71	28.492.948,81
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen		
– davon konvertibel: DM 259.000,00	259.000,00	0,00
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: DM 436.200,00 (1.7.1998: DM 27.881.895,71)	3.967.400,00	31.849.295,71
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: DM 45.149.295,57 (1.7.1998: DM 42.496.300,54)	45.149.295,57	42.496.300,54
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: DM 299.000,00 (1.7.1998: DM 0,00)	299.000,00	0,00
5. Sonstige Verbindlichkeiten		
– davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: DM 2.707.832,01 (1.7.1998: DM 8.395.968,93)		
– davon aus Steuern: DM 375.066,02 (1.7.1998: DM 224.423,59)		
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: DM 537.107,36 (1.7.1998: DM 417.809,22)	2.707.832,01	8.395.968,93
	52.382.527,58	82.741.565,18
	533.968.234,94	131.234.513,99

Gewinn- und Verlustrechnung

MEDION AG, Essen

für die Zeit vom 1. Juli 1998 bis 30. Juni 1999

	1.7.1998 – 30.6.1999 DM	1.7.1997 – 30.6.1998 DM
1. Umsatzerlöse	1.600.188.967,98	1.074.649.590,63
2. Sonstige betriebliche Erträge	7.453.172,65	8.396.501,39
3. Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Waren	1.432.460.879,79	977.707.844,21
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	15.110.881,82	9.333.324,92
b) Soziale Abgaben	2.546.351,13	1.603.319,72
	17.657.232,95	10.936.644,64
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	1.757.525,74	1.172.448,27
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	68.417.506,01	37.596.803,35
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.223.826,19	240.957,57
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	5.362.084,45	7.710.247,77
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	84.210.737,88	48.163.061,35
10. Außerordentliche Aufwendungen	15.608.429,00	0,00
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	33.674.525,47	22.125.862,48
12. Sonstige Steuern	35.138,76	16.916,47
13. Jahresüberschuß	34.892.644,65	26.020.282,40
14. Einstellung in Gewinnrücklagen		
a) gesetzliche Rücklage	0,00	1.301.014,00
b) andere Gewinnrücklagen	17.446.322,32	0,00
15. Vorabgewinnausschüttung	0,00	23.121.227,25
16. Bilanzgewinn	17.446.322,33	1.598.041,15

Kapitalflußrechnung

MEDION AG, Essen

für die Zeit vom 1. Juli 1998 bis 30. Juni 1999

	1.7.1998 – 30.6.1999	TDM	1.7.1997 – 30.6.1998	TDM
1. Jahresüberschuß		34.893		26.020
2. Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens		+1.758		+1.173
3. Veränderung der Rückstellungen		+65.710		+6.104
4. Sonstige, nicht zahlungswirksame Aufwendungen		+12		0
5. Verlust (+)/Gewinn (-) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		0		-8
6. Veränderung der Vorräte, Forderungen und des aktiven Rechnungsabgrenzungspostens		-47.731		+834
7. Veränderung der kurzfristigen Verbindlichkeiten		-30.558		-4.101
8. Mittelzufluß aus laufender Geschäftstätigkeit		+24.084		+30.022
9. Einzahlungen aus Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		0		+12
10. Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen		-6.066		-7.440
11. Mittelabfluß aus Investitionstätigkeit		-6.066		-7.428
12. Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen		+332.491		+14.000
13. Einzahlungen aus Darlehensaufnahmen		+259		0
14. Auszahlungen für Darlehenstilgungen		-62		-62
15. Auszahlungen aus Darlehensgewährungen		-2.766		-62
16. Einzahlungen aus Darlehenstilgungen Dritter		+5		+15
17. Entnahmen der Gesellschafter		0		-35.022
18. Mittelveränderung aus Finanzierungstätigkeit		+329.927		-21.131
19. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelbestandes		+347.945		+1.463
20. Finanzmittelbestand am Anfang der Periode		1.513		50
21. Finanzmittelbestand am Ende der Periode		349.458		1.513

	Anschaffungskosten				
	<i>Stand</i>	<i>Umglie-</i>			<i>Stand</i>
	<i>1.7.1998</i>	<i>Zugänge</i>	<i>rungen</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.1999</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	408.334,79	579.788,06	47.844,00	0,00	1.035.966,85
3. Geleistete Anzahlungen	47.844,00	0,00	-47.844,00	0,00	0,00
	676.178,79	579.788,06	0,00	0,00	1.255.966,85
II. Sachanlagen					
1. Grundstücke und Bauten	7.928.417,71	3.692.269,19	12.111,20	0,00	11.632.798,10
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.968.134,26	1.379.349,56	6.986,00	181.478,74	5.172.991,08
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	196.654,20	0,00	-19.097,20	0,00	177.557,00
	12.093.206,17	5.071.618,75	0,00	181.478,74	16.983.346,18
III. Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	426.542,28	0,00	0,00	426.542,28
2. Beteiligungen	2.000,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00
	2.000,00	426.542,28	0,00	0,00	428.542,28
	12.771.384,96	6.077.949,09	0,00	181.478,74	18.667.855,31

Abschreibungen				Buchwerte		
<i>Stand</i>				<i>Stand</i>	<i>Stand</i>	<i>Stand</i>
<i>1.7.1998</i>	<i>Zugänge</i>	<i>Abgänge</i>	<i>30.6.1999</i>	<i>30.6.1999</i>	<i>1.7.1998</i>	
<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>	<i>DM</i>
206.000,00	2.000,00	0,00	208.000,00	12.000,00	14.000,00	
22.640,65	195.847,20	0,00	218.487,85	817.479,00	385.694,14	
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	47.844,00	
228.640,65	197.847,20	0,00	426.487,85	829.479,00	447.538,14	
419.200,71	595.291,39	0,00	1.014.492,10	10.618.306,00	7.509.217,00	
1.375.840,39	964.387,15	169.380,46	2.170.847,08	3.002.144,00	2.592.293,87	
0,00	0,00	0,00	0,00	177.557,00	196.654,20	
1.795.041,10	1.559.678,54	169.380,46	3.185.339,18	13.798.007,00	10.298.165,07	
0,00	0,00	0,00	0,00	426.542,28	0,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	
0,00	0,00	0,00	0,00	428.542,28	2.000,00	
2.023.681,75	1.757.525,74	169.380,46	3.611.827,03	15.056.028,28	10.747.703,21	

Anhang für das Geschäftsjahr 1998/99

I. Allgemeine Angaben

1. Vorbemerkung

Die Gesellschaft ist mit Ablauf des 30. Juni 1998 durch formwechselnde Umwandlung zum Buchwert aus der MEDION Electronic Handelsgesellschaft mbH & Co. KG entstanden. Der Umwandlungsbeschluß der Gesellschafter ist am 17. September 1998 gefaßt worden (Urkundsrollen-Nr. 1486/1998 des Notars Dr. Klaus Welt, Essen). Die Eintragung in das Handelsregister ist am 2. Oktober 1998 erfolgt.

2. Aufstellungsgrundsätze

Der Jahresabschluß ist nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und 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 erforderten, waren nach dem Materiality-Konzept der IAS als nicht wesentlich einzustufen. Auf die Aufstellung einer Überleitungsrechnung konnte daher verzichtet werden. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren gewählt.

3. Währungsumrechnung

Das Anlagevermögen wurde zu historischen Werten umgerechnet. Forderungen und Verbindlichkeiten wurden grundsätzlich zu Stichtagskursen angesetzt, soweit Kursicherung bestand, wurde der gesicherte Kurs zugrunde gelegt.

II. Erläuterungen zu den Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung bezüglich Ausweis, Bilanzierung und Bewertung

1. Angaben zur Bilanz

Entgeltlich erworbene *Immaterielle Vermögensgegenstände* werden zu Anschaffungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen angesetzt.

Das *Sachanlagevermögen* wird zu Anschaffungs- oder zu Herstellungskosten vermindert um planmäßige Abschreibungen bewertet. Die Abschreibungen werden grundsätzlich nach der linearen Methode ermittelt. Zugänge an beweglichen Anlagegegenständen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres werden mit den vollen, Zugänge im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres mit den halben Abschreibungssätzen abgeschrieben. Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Jahr des Zugangs in voller Höhe abgeschrieben.

Die *Anteile an verbundenen Unternehmen* werden zu ihren Anschaffungskosten ausgewiesen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist dem Anlagespiegel auf Seite 30 – 31 zu entnehmen. Der Bestand des *Vorratsvermögens* wurde zu Anschaffungskosten bzw. zu Herstellungskosten oder mit den niedrigeren Werten am Abschlußstichtag angesetzt. Die Ermittlung der Anschaffungs- oder Herstellungskosten erfolgt nach der gewogenen Durchschnittsmethode, daran schließt sich ein Niederstwerttest zum Bilanzstichtag an. Die Herstellungskosten für unfertige und fertige Erzeugnisse umfassen die Materialeinzelkosten, die Fertigungseinzelkosten sowie angemessene Teile der Material- und Fertigungsgemeinkosten.

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.

Die außerordentliche Hauptversammlung hat am 8. Februar 1999 beschlossen, das *Grundkapital* von DM 20.000.000,00 um DM 10.000.000,00 durch die Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Bareinlage zu erhöhen. Daraufhin wurden 2.000.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von DM 5,00 je Stückaktie ausgegeben, die eine volle Gewinnbeteiligung ab dem 1. Juli 1998 besitzen. Somit beläuft sich das Grundkapital zum Bilanzstichtag 30. Juni 1999 auf insgesamt DM 30.000.000,00, eingeteilt in 6.000.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von DM 5,00 je Aktie. Sämtliche Aktien sind voll eingezahlt. Jede Aktie berechtigt zu einem Stimmrecht.

Am 15. Januar 1999 ermächtigte die außerordentliche Hauptversammlung den Vorstand, das Grundkapital bis zum 30. Juni 2003 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu DM 10.000.000,00 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Bareinlage zu erhöhen (*Genehmigtes Kapital I*). Der Vorstand hat im Berichtsjahr von dieser Ermächtigung keinen Gebrauch gemacht.

Die außerordentliche Hauptversammlung vom 15. Januar 1999 hat beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu DM 1.500.000,00 durch die Ausgabe von bis zu 300.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt zu erhöhen. Die *bedingte Kapitalerhöhung* dient der Gewährung von Umtauschrechten an Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Wandlungsrechten entstehen, am Gewinn teil.

Am 1. März 1999 wurde ein Gesamtnennbetrag von DM 259.000,00 des bedingten Kapitals zur Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen im Rahmen eines Aktienoptionsplanes für leitende Angestellte genutzt. Die Wandelschuldverschreibungen sind als langfristige Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Die *Kapitalrücklage* wurde wie folgt dotiert:

	<i>TDM</i>
Stand am 1. Juli 1998	0
Einstellung des Aufgeldes, welches bei der Ausgabe von 2.000.000 neuen Anteilen über den rechnerischen Wert der Anteile hinaus erzielt wurde	322.491
Stand am 30. Juni 1999	322.491

Die *Pensionsrückstellungen* wurden nach versicherungsmathematischen Methoden unter Zugrundelegung eines Zinssatzes von 6% berechnet, sie betragen per 30. Juni 1999 TDM 151 (1.7.1998: TDM 0).

Die *Steuerrückstellungen* setzen sich wie folgt zusammen:

	30.6.1999	1.7.1998
	TDM	TDM
Körperschaftsteuer einschließlich		
Solidaritätszuschlag	20.542	0
Gewerbesteuer	17.773	9.325
	38.315	9.325

Für die Gewerbesteuer, die Körperschaftsteuer und den Solidaritätszuschlag sind Rückstellungen in Höhe der zu erwartenden Abschlußzahlungen gebildet worden.

Die *sonstigen Rückstellungen* berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Bei der Bewertung wird jeweils der Betrag angesetzt, der sich nach sorgfältiger Prüfung des Sachverhalts als der wahrscheinlichste ergibt. Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	30.6.1999	1.7.1998
	TDM	TDM
Gewährleistungen	28.521	9.429
Ausstehende Eingangsrechnungen	12.848	6.858
Lizenzgebühren	10.073	1.770
Resturlaub und Jahressonderzahlungen	812	700
Versicherungsprämien	1.789	0
Übrige Rückstellungen	1.692	411
	55.735	19.168

Die *Verbindlichkeiten* sind zu ihren Rückzahlungsbeträgen angesetzt.

Von den *Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten* haben eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren zum 30. Juni 1999 TDM 1.786 (1.7.1998: TDM 2.222).

Der Gesellschaft standen jeweils bezogen auf den Bilanzstichtag folgende Kreditlinien zur Verfügung:

	30.6.1999	1.7.1998
	TDM	TDM
Rahmenkredite	665.000	330.000
Devisenterminobligo	84.000	52.000

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind unter anderem wie folgt besichert:

- Abtretung sämtlicher gegenwärtiger und künftiger Ansprüche gegen Lieferanten
- Globalzession für Forderungen aus Warenlieferungen und Leistungen
- Sicherungsübereignung des gesamten Warenlagers
- Buchgrundschuld über DM 4,1 Mio. auf den Grundbesitz der Gesellschaft

Die im Rahmen des Aktienoptionsplanes an Mitarbeiter der Gesellschaft begebene *Wandelanleihe* im Gesamtnennbetrag von DM 259.000,00 ist eingeteilt in 51.800 auf den Inhaber lautende, untereinander gleichberechtigte Schuldverschreibungen zu je DM 5,00. Diese sind in einer Globalurkunde im Nennbetrag von DM 259.000,00 zusammengefaßt. Sie sind vom 1. März 1999 an mit 4 % p.a. zu verzinsen. Die Gesellschaft ist verpflichtet, die Schuldverschreibungen, soweit sie nicht gewandelt sind, am 29. Februar 2004 zum Nennbetrag zurückzuzahlen.

Die Inhaber der Wandelschuldverschreibungen haben das grundsätzlich unentziehbare Recht, jede Wandelschuldverschreibung im Nennbetrag von DM 5,00 in eine neue Aktie der Gesellschaft umzutauschen. Der Wandlungspreis errechnet sich auf Basis des Börsenkurses der MEDION-Aktie zu Beginn der jeweiligen Wandlungsfrist und der seit

Begebung der Anleihe auf Grundlage von zwei Referenzperioden ermittelten Wertentwicklung im Verhältnis zum MDAX. Das Wandlungsrecht kann erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der ordentlichen Hauptversammlung, welcher der Jahresabschluß zum 30. Juni 2001 vorgelegt wird, ausgeübt werden. Es erlischt jedoch mit Kündigung oder Aufhebung des Anstellungsverhältnisses des die einzelne Wandelschuldverschreibung haltenden Mitarbeiters. Das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen.

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 und Kommunikationstechnik. Die Produkt- und Bedarfsgruppen der Gesellschaft sind sowohl hinsichtlich der Prozeßabläufe 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 *Umsatzerlöse* sind auf den folgenden Märkten erzielt worden:

	1998/1999	1997/1998
	Mio. DM	Mio. DM
Inlandsumsätze	1.535	1.049
Umsätze im europäischen Ausland	74	32
	1.609	1.081
Erlösschmälerungen, Fehlmengen und Garantien	9	6
	1.600	1.075

Die Umsatzerlöse verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

	1998/1999	1997/1998
	Mio. DM	Mio. DM
PC/Multimedia	1.137	634
Unterhaltungs-/Haushaltselektronik	379	370
Kommunikationstechnik	84	71
	1.600	1.075

Die *sonstigen betrieblichen Erträge* betreffen im wesentlichen Erträge aus Kursdifferenzen, Werbekostenzuschüssen, der Auflösung von Rückstellungen und Erstattungen von Reparaturleistungen sowie Versicherungsentschädigungen.

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge für das Geschäftsjahr 1998/1999 von TDM 1.320 (Auflösung von Rückstellungen) und für das Geschäftsjahr 1997/1998 von TDM 2.769 (Auflösung von Rückstellungen und Kreditorenbereinigung) enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

	1998/1999	1997/1998
	TDM	TDM
Betriebsaufwendungen	1.724	913
Verwaltungsaufwendungen	11.605	8.467
Vertriebsaufwendungen	33.995	21.362
Aufwendungen aus Kursdifferenzen	698	3.505
Veränderung der Gewährleistungsrückstellung	19.014	3.213
Übrige	1.382	136
	68.418	37.596

Die Aufwendungen aus Kursdifferenzen beruhen auf der Umrechnung von Fremdwährungspositionen zum Bilanzstichtag. Gewinne aus der Währungsumrechnung (1998/1999: TDM 1.865, 1997/1998: TDM 2.946) sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten. Der Anstieg der Veränderung der Gewährleistungsrückstellung ist auf eine allgemeine Verlängerung der Garantiezeit auf 12 Monate und die Ausweitung der Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	1998/1999	1997/1998
	TDM	TDM
Zinserträge	2.224	241
Zinsaufwendungen	5.362	7.710
	-3.138	-7.469

Die außerordentlichen Aufwendungen beinhalten ausschließlich die Kosten des Börsenganges der MEDION AG. Die Steuern vom Einkommen und Ertrag sind unter der Prämisse der hälftigen Ausschüttung des Gewinns berechnet worden und setzen sich wie folgt zusammen:

	1998/1999	1997/1998
	TDM	TDM
Körperschaftsteuer einschließlich Solidaritätszuschlag	20.594	12.945
Gewerbeertragsteuer	13.081	9.181
	33.675	22.126

III. Ergänzende Angaben

1. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen Verpflichtungen aus Kfz-Leasing-Verträgen in Höhe von TDM 170 p.a. sowie aus Mietverträgen über Geschäfts- und Lagerräume in Höhe von TDM 450 p.a.

2. Finanzinstrumente

Die Gesellschaft verwendet Devisentermingeschäfte als derivative Finanzinstrumente, um Marktrisiken aus Wechselkursschwankungen zu reduzieren. Dazu schließt die Gesellschaft zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses eines Einkaufsgeschäfts in Fremdwährung, also bereits vor Entstehung einer Verbindlichkeit, ein gegenläufiges Sicherungsgeschäft in Form eines Devisentermingeschäfts ab. Dieses entspricht bezüglich Laufzeit und Betragshöhe im wesentlichen dem zugrundeliegenden Liefergeschäft. Die Gesellschaft setzt keine Finanzinstrumente zu Handels- und Spekulationszwecken ein.

3. Belegschaft

Im Jahresdurchschnitt waren beschäftigt:

1998/1999

Nach Gruppen:	kaufmännisch	34
	gewerblich/technisch	144
	Call-Center	134
Mitarbeiter		312

Im Geschäftsjahr 1997/1998 waren im Durchschnitt 218 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Zunahme der Mitarbeiterzahl ist auf die Ausweitung der Geschäftstätigkeit zurückzuführen.

4. Beteiligungen/Konzernabschluß

Die Gesellschaft hält Beteiligungen an folgenden Unternehmen:

100 % an der MEDION International (Far East) Ltd.,

Hongkong, China

Gesellschaftszweck: Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft

100 % an der LIFETEC International Ltd., Hongkong, China

Gesellschaftszweck: Sicherung von Namensrechten, kein operatives Geschäft

100 % an der MEDION ELECTRONICS LIMITED,

Birmingham, England

Gesellschaftszweck: Vertriebsunterstützung und Service in Großbritannien

99 % an der MEDION FRANCE S.A.R.L.,

Clermont-Creans, Frankreich

Gesellschaftszweck: Vertriebsunterstützung und Service in Frankreich

Damit ist die Gesellschaft nach § 290 HGB zur Aufstellung eines Konzernabschlusses grundsätzlich verpflichtet. Da jedoch jedes Unternehmen für sich und alle gemeinsam für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns von untergeordneter Bedeutung sind, hat die MEDION AG entsprechend § 296 Absatz 2 HGB auf die Aufstellung eines Konzernabschlusses verzichtet.

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)

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder beliefen sich im Berichtsjahr auf DM 2.170.867,98. Der Vorstand hielt 3.403.050 Aktien zum Stichtag 30. Juni 1999.

Am 30. März 1999 gewährte die Gesellschaft ihrem Vorstandsmitglied Christian Eigen ein unbesichertes Darlehen in Höhe von DM 279.800,00. Das Darlehen wird mit 6% verzinst und ist bis spätestens 30. März 2000 zu tilgen. Am Bilanzstichtag valutierte das Darlehen mit DM 250.069,93.

6. Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr waren folgende Herren Mitglieder des Aufsichtsrates der Gesellschaft:

Dr. Rudolf Stütze, *Essen (Vorsitzender)*

Mitglied der Geschäftsleitung der Deutsche Bank AG, Essen

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 DM 87.500,00. Aufwandsentschädigungen wurden im Berichtsjahr nicht gezahlt. Der Aufsichtsrat hielt 2.300 Aktien zum Stichtag 30. Juni 1999.

7. Vorschlag des Vorstandes zur Gewinnverwendung

	<i>DM</i>
1. Verteilung an die Aktionäre	17.400.000,00
2. Einstellung in die Gewinnrücklage	0,00
3. Gewinnvortrag	46.322,33
4. Bilanzgewinn	17.446.322,33

Essen, den 11. August 1999

MEDION AG

Gerd Brachmann

Dipl.-Ök. Christian Eigen

*Vorsitzender des
Vorstandes*

*Mitglied des
Vorstandes*

Wiedergabe des Bestätigungsvermerkes

Sehr geehrte Aktionäre,

wir haben den Jahresabschluß unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der MEDION AG für das zum 30. Juni 1999 endende Geschäftsjahr geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluß und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen in der Satzung der MEDION AG liegen in der Verantwortung des Vorstandes der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Urteil über den Jahresabschluß und den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlußprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V. festgestellten Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlußprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, daß mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob die Buchführung, der Jahresabschluß sowie der Lagebericht frei von wesentlichen Mängeln sind. Im Rahmen der Prüfung werden Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluß und Lagebericht auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfaßt die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und wesentlicher Einschätzungen der Geschäftsführung sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, daß unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer 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, 16. August 1999

**Märkische Revision GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft**

Dipl.-Ök. K.-H. Berten

Dipl.-Ök. H.-J. Sonnhoff

Wirtschaftsprüfer

Wirtschaftsprüfer

Konzeption und Realisierung

GFD Finanzkommunikation, Frankfurt

Bildnachweis

Porträts: ZEFA

Alle übrigen Fotos: MEDION AG

MEDION AG

Gänsemarkt 16 – 18

D-45127 Essen

Tel.: ++49 (0)2 01-81 08 10

Fax: ++49 (0)2 01-81 08 18 10

E-mail: info@medion.com

Internet: www.medion.com