

Gewinn- u. Verlustrechnung (IAS)  
Statement of Income (IAS)

Kapitalflußrechnung (IAS)  
Cash Flow Statement (IAS)



MEDION®

AG Gewinn- und Verlustrechnung (IAS) Statement of Income (IAS)	Die Zahlen (ungeprüft) The Figures (nonaudited)	TDM	TDM	TDM	
		1998/99	1997/98	1997/98	
		1.-3.Quartal	1.-3.Quartal	Total	
Umsatzerlöse		1.438.850	661.660	1.074.650	Revenues
Sonstige betriebliche Erträge		3.753	4.066	8.396	Other operating income
Materialaufwand		1.276.213	584.941	977.708	Costs of material
Personalaufwand		12.084	6.942	10.937	Personnel costs
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		1.143	705	1.172	Depreciation on intangible fixed assets and tangible assets
Sonstige betriebliche Aufwendungen		73.013	22.315	37.597	Other operating expenses
Betriebsergebnis		80.150	50.823	55.632	Operating income
Finanzergebnis		-4.352	-5.080	-7.469	Financing income
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		75.798	45.743	48.163	Results from ordinary activities
Außerordentliche Aufwendungen		15.472	0	0	Extraordinary expenses
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		31.421	23.857	22.126	Taxes on income
Sonstige Steuern		39	14	17	Other taxes
Jahresüberschuß		28.866	21.872	26.020	Net income
DVFA/SG Bereinigungsposition (**)		** 6.687	0	-1.200	Adjustment items
Jahresergebnis nach DVFA/SG		35.553	21.872	24.820	Earnings according to DVFA/SG
Je Aktie nach DVFA/SG in DM		5,93	3,65	4,14	per share to DVFA/SG (DM)
in Euro		3,03	1,87	2,12	Euro

\*\*) Es handelt sich um die Kosten des Börsengangs von TDM 15.472, bereinigt um den Steuereffekt bei einer Quote von 56,78 %. Ein Vergleich mit dem Referenzzeitraum des Vorjahres wird durch stichtagsbedingte Abrechnungen von Multimediaprojekten verzerrt. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, daß mit der Realisierung dieser Umsatzerlöse eine Erhöhung geschäftsspezifischer Rückstellungen für Gewährleistungen einherging, so daß die Ertragslage im Vergleich zum Umsatzanstieg unterzeichnet ist. Die gilt insbesondere für die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, deren prozentualer Anteil am Umsatz durch hohe Zuführung zu Rückstellungen für Gewährleistungen zum Stichtag verzerrt werden. Bei den Vergleichszahlen 1997/98 handelt es sich um "Als-ob"-AG-Abschlüsse (Ausschüttungsquote der Gesamtperiode 1997/98 100%).

AG Kapitalflußrechnung (IAS) Cash Flow Statement (IAS)	Die Zahlen (ungeprüft) The Figures (nonaudited)	TDM	TDM	TDM	
		1998/99	1997/98	1997/98	
		1.-3.Quartal	1.-3.Quartal	Total	
Jahresüberschuß		28.866	21.872	26.020	Net income
Abschreibungen auf Sachanlagen		1.143	705	1.173	Depreciation on fixed assets
Zuführung zu Pensionsrückstellung		113	0	0	Provisions for pensions
Abnahme der latenten Steuern		0	0	-1.049	Increase/Decrease in taxes
Cash Flow		30.122	22.577	26.144	Cash flow
(Bereinigung außerordentlicher zahlungswirksamer Aufwendungen **)		** 6.687	(0)	(0)	(Adjustment items)
(Cash Flow nach DVFA/SG)		(36.809)	(22.577)	(26.144)	(Cash flow)
Veränderung übrige Rückstellungen *)		102.514	23.720	7.153	Changes in accruals *)
Zunahme/Abnahme der Vorräte		-39.360	-294.558	-34.949	Increase/Decrease in inventories
Zunahme der Forderungen aus Lieferung und Leistung		-488.360	8.936	45.753	Increase in receivables
Zunahme/Abnahme anderer Aktiva		7.938	-15.869	-9.970	Increase/Decrease other assets
Zunahme/Abnahme der Lieferantenverbindlichkeiten		121.588	163.987	20.727	Increase/Decrease of trade liabilities
Zunahme/Abnahme der sonstigen Verbindlichkeiten		6.249	115.514	-24.828	Increase/Decrease of other liabilities
Mittelabfluß/-zufluß aus der laufenden Geschäftstätigkeit		-259.309	-24.307	30.030	Cash flows of operating activities
Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		8	-11	-8	Loss/Profit of selling tangible fixed assets
Einzahlungen aus dem Abgang von Gegenständen aus dem Anlagevermögen		0	14	12	Cash inflow of selling tangible fixed assets
Investitionen in das Anlagevermögen		-4.394	-3.304	-7.440	Purchase of tangible fixed assets
Mittelabfluß aus der Investitionstätigkeit		-4.386	-3.301	-7.436	Cash flows of investing activities
Einzahlung aus Kapitalerhöhung		332.491	0	14.000	Cash inflow from capital increase
Auszahlungen für Darlehnstilgungen		-46	-4.707	-109	Decrease in finance liabilities
Einzahlungen aus Begebung von Wandelanleihen		256	0	0	Issue of convertible bonds
Dividende		0	0	-35.022	Dividend
Mittelabfluß/-zufluß aus der Finanzierungstätigkeit		332.701	-4.707	-21.131	Cash flows used for financing activities
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes		69.006	16.299	1.463	Changes in cash and cash equivalents
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode		1.513	51	50	Cash and cash equivalents at the beginning of the period
Finanzmittelbestand am Ende der Periode		70.519	16.350	1.513	Cash and cash equivalents at the end of the period

\*) w/o prepaid taxes

\*\*) Es handelt sich um die Kosten des Börsengangs von TDM 15.472, bereinigt um den Steuereffekt bei einer Quote von 56,78 %.

## MEDION - Ein Dienstleistungskonzept setzt sich durch

### Nach drei Quartalen: Nachhaltig dynamisches Wachstum

MEDION ist einen deutlichen Schritt auf dem Weg zum führenden internationalen Marketing-Dienstleistungs-Konzern vorangekommen. Mit Nettoumsatzerlösen von DM 1,439 Mrd. sowie einem DVFA/SG Ergebnis von DM 35,55 Mio. (DM 5,93 pro Aktie) konnten die anlässlich des Börsenganges Ende Februar 1999 veröffentlichten Prognosen für das Gesamtjahr bereits nach den ersten drei Quartalen übertroffen werden. Der Boom bei Multimedia-Produkten im Konsumbereich ist ungebrochen. Nachholbedarf aufgrund einer im internationalen Vergleich niedrigen Versorgungsrate, Ersatzbedarf aufgrund sich verkürzender Produktlebenszyklen, neue multimediale Anwendungen sowie neue Softwareanwendungen sorgen für kräftiges Wachstum. Die Flexibilität in den Projektgeschäften im Hinblick auf die Frage, welche Produkte zu welchem Zeitpunkt angeboten werden sowie die Fähigkeit MEDIONs, zukünftige innovative Trendprodukte mit hohem Verkaufspotential sicher zu erkennen, machen MEDION weitgehend unabhängig von allgemeinen Konsumzyklen. Der Personalbestand belief sich per 31.03.1999 auf 340 Mitarbeiter.

### Wachstumspotentiale/Wachstumsfelder

Der Börsengang, gute Testergebnisse unabhängiger Experten für die Produkte MEDIONs und nicht zuletzt diverse erfolgreiche Verkaufsaaktionen haben den Bekanntheitsgrad des Unternehmens deutlich gesteigert. Dies hat es MEDION erleichtert, in jüngster Zeit erfolgversprechende Verhandlungen mit potentiellen Neukunden zu führen, wobei der Börsengang MEDIONs vor allem im Ausland neue Möglichkeiten geschaffen hat.

#### • Regionales Wachstum/Neue Kunden

Die Expansion auf europäischer Ebene läuft vielversprechend. Allein im April wurden Verkaufsaaktionen im europäischen Ausland im Gegenwert von ca. DM 27 Mio. abgewickelt, welches in etwa dem Wert für die gesamten ersten drei Quartale in diesem Segment entspricht. Besonders hervorzuheben sind die ersten Aufträge zweier großer britischer Handelskonzerne. Auch mit neuen Vertriebspartnern im Inland laufen zur Zeit intensive Verhandlungen, bei denen erste Abschlüsse im vierten Quartal zu erwarten sind.

#### • Wachstum durch neue Produkte

Technologische Weiterentwicklungen in Verbindung mit einer wachsenden Kundenakzeptanz gegenüber neuen Technologien lassen mittelfristig ein erhebliches Marktwachstum erwarten. Die Entwicklung neuer Produkte ist von den Innovationstendenzen Digitalisierung, Miniaturisierung und Integration bestimmt. Alle drei Tendenzen werden zu technologischen Quantensprüngen führen, welche den Verbraucher in hohem Maße veranlassen wird, seine traditionellen analogen Geräte im Bereich Multimedia und Unterhaltungselektronik gegen digitale Neuentwicklungen einzutauschen. Beispiele für derartige neue Technologien sind digitale Photographie, digitale Satellitentechnik, Flachbildschirmtechnologie, DVD oder MD.

MEDION kooperiert bereits mit bedeutenden Herstellern und wird zusammen mit seinen Partnern im Handel entsprechende Geräte in Zukunft zu attraktiven Preisen anbieten.

#### • Neues Geschäftsfeld: Neue Medien

Der Ausbau der Dienstleistungs- und Produktpalette durch die Vermarktung von Telekommunikationsdienstleistungen wie Anschlußvermarktung (ISDN, ADSL), optionale Tarifangebote, Internetzugänge oder Mobilfunkangebote wird einen zusätzlichen Wachstumsbeitrag liefern. Preisleistungsstarke Bundling-Angebote, die die Hardware-Verkaufsaaktionen mit Internet-, ISDN-, Tarif- oder Mobilfunkangeboten verbinden, stellen zusätzliche Potentiale in echten Wachstumsmärkten dar.

### Ausblick

Anlässlich des sehr guten Ergebnisses nach drei Quartalen sowie der erfreulichen Entwicklung auf allen Wachstumsfeldern nach dem Börsengang korrigiert MEDION die Prognosen für Umsatz und Ergebnis des Geschäftsjahres 1998/99 nach oben. Bei einem Umsatz von ca. DM 1,52 Mrd. (plus 42 % zum Vorjahr) hält MEDION nunmehr ein DVFA/SG Ergebnis nach Bereinigung der Börseneinführungskosten (DM 15,472 Mio.) in Höhe von DM 39,2 Mio. für realistisch. Das Ergebnis je Aktie wird demnach ca. DM 6,52 betragen. Ein im Verhältnis zur Umsatzsteigerung überproportionaler Anstieg von über 57 % gegenüber dem Vorjahr. Damit werden die beim Börsengang angekündigten Ziele - ein jährliches Wachstum zwischen 25 - 30 % beim Umsatz sowie eine dazu proportionale Ergebnisentwicklung - deutlich übertroffen. In diesen Zahlen kommt die ungebrochene Innovations- und Wachstumskraft des internationalen einzigartigen Business-Konzepts deutlich zum Ausdruck.

## MEDION - A Unique Service Concept Proofs Successful

### Current Business Development and Outlook:

*MEDION has continued its path of success with its unique marketing and service concept for both retail and manufacturer.*

*In the first three quarters of the fiscal year 1998/99 sales amounted to DM 1.439 bn and earnings according to DVFA/SG to DM 35.55 mio (DM 5.93 per share). This means that the annual forecast made for the IPO in February 1999, was actually surpassed in those first three quarters.*

*Yet the multimedia boom in the consumer industry is ongoing. Various factors will aid the growth in the foreseeable future: Germany is still undersupplied with multimedia products, unlike some other countries; due to shortening product life cycles, replacements become necessary; new multimedia applications as well as new software will boost demand. MEDION has shown a great amount of flexibility in its projects, especially regarding the important questions which products should be offered at what time. On the other hand, MEDION has demonstrated its ability to foresee, identify and develop promising, innovative trend products with great sales potential. This is the concept which has kept MEDION independent from the fluctuating demands of consumers. As of 31.03.1999, the number of personnel had increased to 340.*

### Growth Potential/Areas of Growth:

*The IPO, superb test results of independent parties regarding the quality of MEDION products and - not to forget - previous and ongoing sales campaigns have helped raise the name MEDION to a new awareness. This brand awareness has helped in the ongoing negotiations with new partners, especially those from other countries.*

#### • Regional Growth/New Clients

*The expansion on European markets is also promising. In April alone foreign sales have generated an income of 27 mio, hereby matching sales of the previous nine months in this sector. Worth mentioning are the first orders from two large British retailers. Currently negotiations are under way with our new retail partners here in Germany, with promising results for the fourth quarter.*

#### • Growth through new Products

*Technological developments, combined with a growing acceptance of the consumer for new technologies, will result in an increase in this segment in the medium term. The development of new products is dependent on the innovative tendencies for digitizing, miniaturizing and integration. All three sectors will lead to a technological leap forward. This, in fact, will cause the consumer to replace the traditional, analog equipment with new, digital equipment. Examples for these new products can be found in photography, satellite technology, flat LCD-displays, DVD or MD. MEDION already cooperates with manufacturers of these products and will be able to offer respective equipment in the near future with an attractive price-value relationship.*

#### • New Business Segment: New Media

*MEDION will further boost its growth by expanding its services and its product range by offering and marketing telecommunication services, such as subscriber registration (ISDN, ADSL), optional tariffs, internet access, or offers for mobile phone services. Attractive bundles that combine hardware sales campaigns with offers for internet, ISDN, alternative tariffs or mobile phone packages, have a promising potential in this growing segment of the market.*

### Future Prospects

*Due to the positive result of the first three quarters, as well as the rapid development in all areas of growth, MEDION finds it necessary to correct the forecast of its turnover and the result of the 1998/1999 business year - upwards. At a turnover of about DM 1.52 bn (up 42 % compared to previous year) a DVFA/SG result, after removing the costs of the IPO (DM 15.471 mio) of DM 39.2 mio would be more realistic. The result per share would therefore be about DM 6.52. This will be an overproportional increase of over 57 % compared to the previous year. These figures show that the forecast - a yearly growth of 25 - 30 % of turnover as well as a proportional development of the business result - has been well exceeded.*

07. Mai 1999	Zwischenbericht 3. Quartal 1998/1999	07. May 1999	3rd quarter report 1998/1999
Ende September 1999	Zwischenbericht 4. Quartal 1998/1999	End of September 1999	4th quarter report 1998/1999
Ende September 1999	Geschäftsbericht 1998/1999	End of September 1999	Final results 1998/1999
09. November 1999	Zwischenbericht 1. Quartal 1999/2000	09. November 1999	1st quarter report 1999/2000
09. November 1999	Hauptversammlung	09. November 1999	Annual shareholders' meeting
Mitte Februar 2000	Zwischenbericht 2. Quartal 1999/2000	Mid of February 2000	2nd quarter report 1999/2000
Mitte Februar 2000	Analystenkonferenz	Mid of February 2000	Analysts conference
Anfang Mai 2000	Zwischenbericht 3. Quartal 1999/2000	Beginning of May 2000	3rd quarter report 1999/2000

**Kontakt Contact**

MEDION AG  
 Anne-Kathrin Müller  
 Freiherr-vom-Stein-Straße 131  
 45473 Mülheim/Ruhr • Germany

Phone +49 (208) 765 6500  
 Fax +49 (208) 765 6510

E-mail [aktie@medion.com](mailto:aktie@medion.com)  
 Internet [www.medion.com](http://www.medion.com)

