

5 Zusammengefasster Lagebericht der MEDION AG

5.1 Grundlagen des Konzerns

5.1.1 Geschäftsmodell und Verbindung zu Lenovo

Die MEDION AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft. Die Aktie wird seit dem 20. Juni 2012 im regulierten Markt (General Standard) geführt. Mehrheitsaktionär mit rund 87 % zugerechnetem Stimmrechtsanteil ist die Lenovo Gernmay Holding GmbH, die zu dem börsennotierten Lenovo-Konzern gehört. MEDION ist seit einem freiwilligen Übernahmeangebot im Juli 2011 Teil der internationalen Lenovo-Gruppe. Lenovo ist mit zwei Mitgliedern im Aufsichtsrat der MEDION AG vertreten. Seit dem Börsengang von MEDION in 1999 führen unverändert Gerd Brachmann und Christian Eigen als Vorstandsmitglieder die MEDION AG.

MEDION-Geschäftsmodell

Das MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Konsumenten zusammen mit den Partnern aus dem Handel funktional hochwertige und innovative Trendprodukte der Consumer Electronics in attraktivem Design auf dem neuesten technologischen Stand für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Die Kernkompetenz ist dabei die Entwicklung und der Vertrieb von Computer- und Multimedia-Produkten wie Notebooks, PC-Systemen, Monitoren, Smartphones und Tablets. Hierzu zählen auch die MEDION-Smart-Home-Bausteine, mit denen die Kunden Hausautomation selbst nachrüsten können. Unterhaltungselektronik wie LCD-Fernseher, Internetradios und Bluetooth-Lautsprecher sowie Haushalts- und Gesundheits-Produkte sind weitere Felder, in denen MEDION aktiv ist.

MEDION übernimmt gegenüber seinen Kunden, den international aufgestellten großen Handelsketten, nicht nur die Rolle des Lieferanten der Produkte, sondern – weit darüber hinausgehend – die Funktion eines Full-Service-Dienstleisters, der für seine Kunden die gesamte Wertschöpfungskette – von der Entwicklung der Produktidee über die Herstellung, Bewerbung und Logistik bis hin zum After-Sales-Service – konzipiert und kontrolliert. Die Vermarktung beginnt hier demnach bereits vor der Produktion. Zusammen mit den Kunden werden in der Regel hochvolumige Vertriebsaktionen mit Projektcharakter strukturiert und abgewickelt, die in vielen Fällen gleichzeitig in mehreren Ländern stattfinden. Die entsprechenden Waren lässt MEDION in Auftragsfertigung produzieren.

Zusätzlich zu diesen Vertriebsaktivitäten mit Aktions- oder Projektcharakter vertreibt MEDION Produkte im eigenen Online-Handel und in einem unternehmenseigenen Outlet auf dem Firmengelände (MEDION Fabrikverkauf).

Neben dem klassischen Hardware-Geschäft hat MEDION das Dienstleistungsgeschäft mit digitalen Dienstleistungen aufgebaut, welches in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen ist und mittlerweile den größeren Ergebnisanteil generiert. Hierzu zählt insbesondere das Angebot von Mobilfunkdienstleistungen. Ergänzend entwickelt und vermarktet MEDION Dienstleistungen in den Bereichen Fotoservice, Electronic-Software-Distribution, Musik-Plattformen und anderen Online-Diensten, die alle hauptsächlich über Handelspartner angeboten werden. Die digitalen Dienstleistungen werden überwiegend als Vermittlungsgeschäft („Agentenmodell“) betrieben.

Lenovo

Lenovo ist ein international agierender Computertechnologie-Konzern. Der in Hong Kong und New York börsennotierte Konzern hat seinen rechtlichen Sitz in Hong Kong und Hauptniederlassungen in Peking (China) und Morrisville, North Carolina (USA). Im Jahr 2011 übernahm Lenovo die Mehrheit der Aktien an MEDION.

Gesellschaftsrechtliche Verbindung von Lenovo und MEDION

Die Lenovo Germany Holding GmbH hält zum 31. März 2020 eine Gesamtzahl von 38.659.580 Aktien (79,85 %) zuzüglich 3.736.970 Aktien (7,72 %) der von der MEDION AG gehaltenen eigenen Aktien, die Lenovo zuzurechnen sind. Somit ist die Lenovo Germany Holding GmbH mehrheitlich an der MEDION AG im Sinne des § 16 AktG beteiligt.

Die Aktionäre der MEDION AG haben auf einer außerordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft am 14. Dezember 2011 in Essen dem Abschluss eines Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrages zwischen der MEDION AG und der Lenovo Germany Holding GmbH mit der erforderlichen Mehrheit zugestimmt. Dieser Vertrag ist im Handelsregister der MEDION AG eingetragen.

Der Unternehmensvertrag bestimmt, dass die Lenovo Germany Holding GmbH verpflichtet ist, auf Verlangen eines außenstehenden Aktionärs der MEDION AG dessen Aktien gegen eine Barabfindung im Sinne des § 305 Abs. 2 Nr. 3 AktG von € 13,00 je Aktie mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von € 1,00 zu erwerben. Denjenigen Aktionären, die dieses Abfindungsangebot nicht annehmen, garantiert die Lenovo Germany Holding GmbH für die Dauer des Unternehmensvertrages eine jährliche Ausgleichszahlung. Der Betrag der Ausgleichszahlung ergibt sich aus einem Bruttogewinnanteil in Höhe von € 0,82 je MEDION-Aktie für jedes volle Geschäftsjahr abzüglich eines Betrages für deutsche Körperschaftsteuer sowie Solidaritätszuschlag nach dem jeweils für diese Steuern für das betreffende Geschäftsjahr geltenden Steuersatz. Damit beträgt die jährliche Ausgleichszahlung, die jeder außenstehende Aktionär nach Abzug der geltenden Körperschaftsteuerbelastung und des darauf entfallenden Solidaritätszuschlags erhält, gegenwärtig, wie zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses, € 0,69 je Aktie.

Daneben haben die MEDION AG und die Lenovo Germany Holding GmbH einen Steuerumlagevertrag abgeschlossen.

In dem 2012 eingeleiteten Spruchstellenverfahren zur Überprüfung der Angemessenheit von Abfindungsangebot und Ausgleichszahlung hat das zuständige Landgericht Dortmund im August 2019 die Anträge der außenstehenden Aktionäre vollumfänglich zurückgewiesen. Zu den von außenstehenden Aktionären eingelegten Rechtsmitteln ist bis zum 5. Juni 2020 keine Entscheidung ergangen.

5.1.2 Wesentliche Märkte und Wettbewerbsposition

Deutschland bleibt wichtigster Markt für MEDION. Der Umsatz stieg von € 450,7 Mio. im Vorjahr um € 78,4 Mio. auf € 529,1 Mio., der Umsatzanteil stieg entsprechend von 60,8 % auf 64,1 %. Die Umsätze im übrigen Europa gingen leicht von € 174,9 Mio. um € -9,5 Mio. auf € 165,4 Mio. zurück.

Außerhalb Europas hat erneut Australien ein deutliches Wachstum realisiert, maßgeblich im Mobilfunkbereich. Die Umsätze stiegen von € 86,6 Mio. um € +18,3 Mio. (+21,1 %) auf € 104,9 Mio. Die Umsatzrückgänge im übrigen Ausland um € -3,7 Mio. auf € 25,7 Mio. (Vorjahr: € 29,4 Mio.) resultieren im Wesentlichen aus den Rückgängen der für den Lenovo-Konzern erbrachten Dienstleistungen.

Insgesamt verursachten die Verkaufs- und Kontaktbeschränkungen in Folge der Maßnahmen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie eine Belebung des Hardware-Geschäftes, insbesondere im Online-Geschäft, in den letzten Wochen des abgelaufenen Geschäftsjahres.

5.1.3 Ziele und Strategien

Strategische Einbindung von MEDION in den Lenovo-Konzern

Aufgrund immer globaler werdender Wettbewerbsstrukturen, schnellerer Produktlebenszyklen und zunehmender Konvergenzen von Consumer-Electronics-Produkten sowie der Vernetzung von stationären Produkten mit webbasierten Cloud-Lösungen ist es für MEDION vorteilhaft, im Rahmen der Integration in den Lenovo-Konzern Unterstützungen beim Ausbau der eigenen Kernkompetenzen, den Zugriff auf weltweite Einkaufsverbindungen von Lenovo und bei der Entwicklung neuer Geschäftsfelder bekommen zu können.

Sowohl bei Lenovo als auch bei MEDION gilt es grundsätzlich, zwischen kurz- und mittelfristigen Ergebnispotentialen sowie langfristigen Geschäftszielen abzuwägen und entsprechende Strategien zu definieren. Für MEDION bedeutet dieses auf der einen Seite, die erfolgreichen Geschäftsbeziehungen zu großen Handelsketten und die bekannte Kosteneffizienz weiter zu stabilisieren und auf deren Nachhaltigkeit zu setzen. Der kontinuierliche Ausbau des so genannten Private Label Business im Ausland während des Berichtsjahres ist ebenfalls Konsequenz dieser strategischen Ausrichtung.

Auf der anderen Seite ist es wichtig, den in den Vorjahren gewonnenen Schwung beim Ausbau digitaler Produkte und Kanäle beizubehalten und den Eintritt in neue Märkte im Fokus zu behalten. Darüber hinaus stehen weitere Entwicklungen im Bereich digitaler Dienstleistungen oder auch Technologien zu Vernetzungen digitaler Produkte und Online-Aktivitäten im Fokus. Dabei nutzt MEDION neueste Technologien und hat auch entsprechende Anti-Fraud Software im Einsatz.

Diese Aktivitäten sind im MEDION-Konzern im Direktgeschäft strategisch gebündelt und sollen ihren Anteil am Gesamtumsatz mittelfristig auf mehr als 65 % erhöhen. Gemäß diesen Strategien werden auch grundsätzlich geeignete Investitionen diskutiert. Investitionen sind dabei beispielsweise für die weitere Automatisierung der nationalen und internationalen After-Sales-Kapazitäten und insbesondere in die IT-Struktur und neue Software-Applikationen am Standort Essen vorgesehen.

Wesentlicher Erfolgsfaktor zur Erreichung der Gesamtstrategie ist das MEDION-Konzept von einem One-Stop-Agency-Approach, der den Handelskunden von der Vermarktungsidee, Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, über den Vertrieb bis hin zum After-Sales-Service ein attraktives Wertschöpfungspaket und gute Vermarktungschancen bieten soll. Dieses Geschäftsmodell gilt zwar unverändert für die Hardwareprodukte der klassischen Consumer Electronics, wird aber gleichermaßen für das digitale Produktangebot genutzt. Daher wird das Online-Vermarktungsgeschäft weiter ausgebaut und die digitalen Dienstleistungsangebote werden sowohl beim Umsatz als auch beim Ertrag weiter zunehmen.

5.1.4 Steuerungssystem

5.1.4.1 Unternehmenssteuerung

Der MEDION-Vorstand legt zu Beginn eines Geschäftsjahres die strategischen und operativen Ziele für das klassische MEDION-Geschäft fest. Seit der Mehrheitsübernahme durch Lenovo geschieht dieses in enger Abstimmung mit Verantwortlichen innerhalb der EMEA- Organisation.

Im Rahmen der Unternehmenssteuerung und des Risikomanagements greift MEDION auf ein Kennzahlensystem mit sowohl finanziellen als auch nichtfinanziellen Leistungsindikatoren (Mitarbeiterkennzahlen, Mitarbeiterzufriedenheit, Kennzahlen zum Kundenservice) zurück. Die GuV-Kennzahlen Umsatz und EBIT sind dabei die bedeutsamsten Steuerungsgrößen. Außerdem werden als Leistungsindikatoren neben Kennzahlen wie Rohertrag und Eigenkapitalquote sowohl Planerreichungsgrade als auch prozessorientierte Kennzahlen und das Working Capital ermittelt, die Aussagen über die operative Leistungsfähigkeit ermöglichen.

Im operativen Bereich verantworten Key-Account-Manager die wesentlichen Kunden und Vertriebskanäle. Unabhängig hiervon verantworten Produktmanager die wesentlichen Produktgruppen, wie zum Beispiel Notebook, PC, Tablet-PC, LED-TV, Haushalts-Elektronik oder die entsprechenden Produktkategorien im Bereich der digitalen Services (z.B. MEDIONmobile, MEDION Fotoservice oder Electronic Software Distribution).

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

Administrative Bereiche, insbesondere kaufmännische Entscheidungs- und Kontrollfunktionen sowie die EDV-Organisation, sind zum Zweck erhöhter Transparenz, besserer Entscheidungsmöglichkeiten und somit zur Steigerung der Flexibilität und Effizienz im MEDION-Konzern weitestgehend zentralisiert.

Die Erreichungsgrade der operativen und strategischen Ziele werden in einem Management-Informationssystem und einer Balanced Scorecard dokumentiert und laufend auf nationaler wie internationaler Ebene diskutiert.

Alle Geschäfte im MEDION-Konzern werden einer renditeorientierten Vor- und Nachprüfung unterzogen. Zentraler Werttreiber der Renditeorientierung im MEDION-Konzern ist die Anforderung, dass jedes abgewickelte Projekt eine bestimmte Rohertrags- oder EBIT-Marge erwirtschaften soll. Die Zielmargen orientieren sich an den in den zwei vorangegangenen Geschäftsjahren erwirtschafteten Konzernwerten, sind jedoch nicht auf einen einheitlichen Wert festgelegt, da die Geschäftssegmente und Produktkategorien grundsätzlich auch produkt-, saison- oder kundenindividuell geprägt sind. Für die Rohertrags-Zielmarge ist relevant, die für den entsprechenden Kanal erwarteten Struktur- und Servicekosten zu decken. Zusammenhängend mit diesen beiden zentralen Werttreibern ist auch ein gewisser Mindestumsatz für einzelne Aufträge erforderlich, um bei bekannten Kostenrelationen und Aufwendungen die Erreichung von Ziel-Rohertrag und -EBIT zu gewährleisten.

Abweichungen in der Projekt- oder Produktrendite von den Zielmargen werden dokumentiert und durchlaufen einen gesonderten Prüfungsprozess.

Bei der Kalkulation der Zielmargen im Direktgeschäft wird unterschieden zwischen dem Hardwaregeschäft und digitalen Dienstleistungen. Im Hardwaregeschäft wird einerseits betrachtet, welche übliche Marge eines weiteren Zwischenhändlers erzielt werden könnte, andererseits wird aber auch berücksichtigt, dass die Produkte des Direktgeschäftes einem verstärkten Preisverfall und einem erhöhten Retourenrisiko (Fernabsatzgesetz) unterliegen können. Auch hier werden Preisgestaltungen, die nicht geeignet sind, Mindestdeckungen zu erzielen, gesondert untersucht.

Für digitale Dienstleistungen ist es erforderlich, den permanenten Preisverfall bei Tarifen und notwendige, eventuell größere Werbemaßnahmen sowie Aufwendungen für komplexere IT-Systeme und -Sicherheitserfordernisse ausreichend in den Produktkalkulationen zu antizipieren. Aufgrund der Notwendigkeit, digitale Produkte und Vertriebswege mit einem hohen Grad an technischer Standardisierung zu versehen, werden im Vorfeld einer Produkteinführung umfangreiche Planungsrechnungen erstellt und Rahmenverträge erarbeitet. Erst danach wird über Einführungen oder Erweiterungen von Produkten und Vertriebswegen entschieden.

5.1.4.2 Die Struktur des MEDION-Konzerns

Der Umsatz des operativen Geschäftes von MEDION wird zu 90 % (Vorjahr: 91 %) in der deutschen Aktiengesellschaft mit Sitz in Essen erwirtschaftet. Der Umsatzanteil der auf dem deutschen Markt erwirtschafteten Erlöse stieg von 60,8% auf 64,1%. Bei den ausländischen Tochtergesellschaften der MEDION AG handelt es sich zumeist um Unternehmen, die im Projektgeschäft Vertriebs- und Servicedienstleistungen für MEDION in den jeweiligen Ländern erbringen. Über diese Gesellschaften werden so gut wie keine Umsätze mit MEDION-Produkten im Projektgeschäft abgewickelt und daher leisten diese Gesellschaften auch keinen oder nur einen sehr geringen Beitrag zum Konzernergebnis. Lediglich im Direktgeschäft werden durch die Tochtergesellschaften eigene Umsätze und Ergebnisbeiträge erwirtschaftet, insbesondere in Australien.

Die eigentliche Projektabwicklung und die Logistik werden grundsätzlich zentral von der MEDION-Organisation in Deutschland gesteuert. Im Rahmen der Deutschland-Organisation sind die Call-Center-Aktivitäten in der Allgemeine Multimedia Service GmbH und die Reparatur- und Logistikdienstleistungen in der MEDION Service GmbH sowie zentrale IT-Aktivitäten in der MEDION Shared Services GmbH gebündelt.

TOCHTERGESELLSCHAFTEN DER MEDION AG

Aktiv in die Geschäftsabläufe des MEDION-Konzerns eingebundene Tochtergesellschaften der MEDION AG sind:

Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen

MEDION Shared Services GmbH, Essen (vormals MEDION Mobile GmbH, Essen)

MEDION Service GmbH, Essen

MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, Volksrepublik China

MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien

MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich

MEDION B.V., Panningen, Niederlande

MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien

MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien

MEDION FRANCE S.A.R.L., Le Mans, Frankreich

MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien

MEDION ITALIA, S.R.L., Mailand, Italien

MEDION NORDIC A/S, Herlev, Dänemark

MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Zürich, Schweiz

MEDION USA Inc., Delaware, USA

Durch den Abschluss des Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrages unterstellt die MEDION AG seit Januar 2012 die Leitung ihrer Gesellschaft der Lenovo Germany Holding GmbH und verpflichtet sich, ab dem 1. April 2012 ihren ganzen Gewinn an die Lenovo Germany Holding GmbH abzuführen.

5.1.5 Forschung und Entwicklung

Entsprechend dem MEDION-Geschäftsmodell erfolgt eine Konzentration darauf, innovative Technologien schnell einem breiten Konsumentenkreis zugänglich zu machen. MEDION verfügt daher über keine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Bereich so genannter Basistechnologien. Die jeweiligen Projektentwicklungskosten werden nicht gesondert ausgewiesen, sondern in die Kalkulation des einzelnen Produkts beziehungsweise Projektes mit einbezogen.

Allerdings arbeitet MEDION daran, im Rahmen der Digitalisierung die Integration der PC-/Multimedia-Technologie mit den Geräten der klassischen Unterhaltungselektronik voranzubringen. Dies gilt auch für die neuen Angebote digitaler Dienstleistungen, die mit weltweit agierenden Partnern entwickelt wurden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat MEDION darüber hinaus weitere Produkte in den Bereichen Smart-Home Sicherheit, Energie und Komfort sowie Haushaltsprodukte in den Markt eingeführt.

Unter dem Markennamen Erazer ist MEDION im Bereich hochleistungsfähiger Gamer PCs und Gamer Notebooks aktiv. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden Plattformstrategien für Desktop-PCs und Notebooks sowie der Optimierung von Prozessor-Leistungsmerkmalen bei unterschiedlichen Betriebssystemen und der Verlängerung von Batterielaufzeiten durch eine Verbesserung der Energieeffizienz im Bereich der Bildschirmdarstellung weiter entwickelt. Darüber hinaus wird an bedienerfreundlichen IoT (Internet of Things)-Lösungen für Konsumenten gearbeitet.

5.2 Wirtschaftsbericht

5.2.1 Rahmenbedingungen

5.2.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2019 das zehnte Jahr in Folge gewachsen. Die konjunkturelle Dynamik hat sich allerdings verlangsamt. Das Bruttoinlandsprodukt nahm im Jahr 2019 preisbereinigt um 0,6 % zu. Die privaten Konsumausgaben blieben eine verlässliche Stütze der Binnenkonjunktur. Hierzu trug der hohe Beschäftigungsstand sowie die merkliche Erhöhung der verfügbaren Einkommen bei. Das Geschäftsklima im Einzelhandel hat sich in 2019 gegenüber dem Vorjahr positiv verändert und bleibt damit spürbar oberhalb des langjährigen Durchschnitts. Das Preisklima ist weiterhin relativ ruhig. Im Schnitt lag die Inflationsrate im Jahr bei 1,4 Prozent (Quelle: BMWi Pressemitteilung vom 15.01.2020).

Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum und der Weltwirtschaft war in 2019 ebenfalls positiv, jedoch nicht so stark wie in Deutschland und aufgrund der zunehmenden Bedeutung globaler Handelshemmnisse deutlich verhaltener.

Die deutsche Wirtschaftsleistung ist im März und April 2020 eingebrochen. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie haben eine Rezession ausgelöst. Der Einbruch ab Mitte März im Zuge des harten Shutdown war so stark, dass das Bruttoinlandsprodukt bereits im Durchschnitt des ersten Quartals um 2,2 % gegenüber dem Vorquartal abnahm. Mit der Reduzierung der sozialen Kontakte und dem Einbruch der binnenwirtschaftlichen und der ausländischen Nachfrage sowie der Unterbrechung der Lieferketten wurden die privaten Konsumausgaben, aber auch die Ausfuhren und die Investitionen in Ausrüstungen erheblich eingeschränkt. (Quelle; BMWi Pressemitteilung vom 15.05.2020).

5.2.1.2 Entwicklung rechtlicher Rahmenbedingungen

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die MEDION-Geschäftstätigkeit in Deutschland und Europa und den weiteren Märkten, auf denen MEDION seine Produkte und Dienstleistungen anbietet, blieben im Geschäftsjahr 2019/2020 im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren im Wesentlichen unverändert.

Damit hatten unverändert die rechtlichen Rahmenbedingungen keinen maßgeblichen Einfluss auf die Geschäftsentwicklung und es fanden auch keine wesentlichen Ereignisse statt, die einen solchen Einfluss auf den Geschäftsverlauf hatten.

5.2.1.3 Markt für Consumer Electronics / Mobilfunkdienstleistungen

Ebenso wie die gesamtwirtschaftliche Entwicklung waren auch die für MEDION relevanten Marktsegmente insgesamt von einer positiven Entwicklung geprägt.

Die Umsatzentwicklung im deutschen Markt für Home Electronics-Produkte - dargestellt im HEMIX, Home Electronics Market Index – war im Gesamtjahr 2019 mit 0,6 % leicht positiv. So wurde 2019 ein Umsatzvolumen von € 42,6 Mrd. erreicht. Der Umsatzzuwachs ist auf die positive Entwicklung der Produktsegmente privat genutzte IT-Produkte sowie Elektrogroß- und Kleingeräte zurückzuführen,

während die klassische Unterhaltungselektronik und die privat genutzten Telekommunikationsprodukte insgesamt rückläufig waren. Im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik steht für 2019 ein Umsatzminus von 5,6 % auf € 8,8 Mrd. zu Buche (Quelle: gfu.de/markt-zahlen/hemix/).

Unveränderte Basis für die Marktentwicklung ist die immer mehr zunehmende Digitalisierung von Produkten, Inhalten und Übertragungswegen, die sich auch bei Fernsehern und mobilen Endgeräten weiter fortsetzt.

TV und Audio

Den größten Umsatzanteil der klassischen Unterhaltungselektronik stellt mit € 3,7 Mrd. der TV-Bereich. Der Umsatz gegenüber dem Vorjahr weist einen Rückgang um neun Prozent auf. Der Trend zu größeren Bildformaten und gut ausgestatteten Geräten hat sich 2019 dennoch weiter fortgesetzt. Geräte mit Bildschirmen von 45 Zoll (94 cm) und größer stellen mit € 2,7 Mrd. (73 %) den größten Umsatzanteil dar. 88 % des Umsatzes entfielen 2019 auf UHD-TV-Geräte mit einer Auflösung von 8 Mio. Bildpunkten. Mit 4,4 Mio. wurde die Stückzahl dabei um 20 % gesteigert. TV-Geräte mit OLED-Technologie konnten 2019 einen Umsatz von € 571 Mio. erzielen, ein Zuwachs um 11 %. Der Absatz stieg um 26 % auf 306.000 Stück (Quelle: gfu.de/markt-zahlen/hemix/).

Seine positive Entwicklung der Vorjahre setzte auch 2019 der Bereich Soundbars mit einem Umsatzzuwachs von 12,8 % fort. Mit einem Absatzplus von 13,2 % wurde bei der Stückzahl erstmals die Millionengrenze (1,06 Mio. Stück) überschritten. Erneut erfolgreich war mit einer Umsatzsteigerung um 35,5 % auf € 1,38 Mrd. auch das Segment Audio-/Video-Zubehör. Dabei erreichten die Kopfhörer insgesamt eine Stückzahl von 14,6 Mio. (+ 15 %) und einen Umsatz von € 932 Mio. (+ 61,2 %). Maßgeblich dafür sind die neuen „wireless“ Modelle mit drahtloser Bluetooth-Signalübertragung. Empfänger für Digitalradio (DAB+) verzeichneten in 2019 einen Stückzahlzuwachs um 6,6 % auf 1,5 Mio. Geräte. Der Umsatz stieg dabei auf € 219 Mio. (+ 0,4 %) (Quelle: gfu.de/markt-zahlen/hemix/).

Desktop-PC, Notebook und Tablet

Alle drei PC-Sparten verzeichneten in 2019 ein Umsatzplus. Die Tablet-PCs konnten um 12,2 % auf € 1,4 Mrd. zulegen, bei einem Stückzahlrückgang um 0,3 % auf knapp 4,1 Mio. Stück. Knapp 4 Mio. Notebooks (- 0,4 %) wurden 2019 verkauft. Dies bedeutet € 2,8 Mrd. Umsatz, eine Steigerung um 2,5 %. Desktop-PCs erreichten einen Absatz von 1 Mio. Stück (+ 8,8 %) bei einem Umsatz von € 824 Mio. (+ 9,2 %) (Quelle: gfu.de/markt-zahlen/hemix/).

Smartphones

Smartphones generierten zwar den nach wie vor größten Umsatz im Segment Consumer Electronics, mussten aber 2019 einen Rückgang hinnehmen. Der Umsatz fiel um 3,5 % auf € 10,9 Mrd. die verkaufte Stückzahl lag bei 22,1 Mio. Stück (- 4,2 %). Der Durchschnittspreis der Smartphones stieg 2019 dennoch weiter auf € 492 (+ 0,7 %). Wearables konnten 2019 ihr Wachstum fortsetzen. Mit einem Plus von 36,5 % bei der Stückzahl auf 5,6 Mio. wurde ein Umsatz von € 940 Mio. (+ 38,1 %) erreicht (Quelle: gfu.de/markt-zahlen/2019/hemix/).

Vertriebskanäle

Die Umsätze im deutschen E-Commerce für das abgelaufene Jahr 2019 sind über alle Warengruppen inklusive der CE-Produkte stark angestiegen. Mit € 72,6 Mrd. ist der Bruttoumsatz mit online bestellten Waren um 11,6 % im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Damit bleibt der Online-Handel der Wachstumstreiber des deutschen Handels.

Den stärksten Zuwachs verzeichneten die Multichannel-Händler mit einem Plus von 13,3 % auf € 25,7 Mrd. Dabei blieb das Wachstum der Online-Shops der stationären Händler mit 8,2 % deutlich hinter dem Marktniveau zurück.

Betrachtet man die Merkmale der verschiedenen Versendergruppen, so hat sich im Vergleich zum Vorjahr wenig geändert. Online-Marktplätze machten 47,0 % der E-Commerce-Umsätze aus. 35,0 % der Umsätze fielen auf Multichannel-Händler und 15,0 % auf Internet-Pure-Player.

Mit einem Umsatzanstieg um 10,7 % gelingt es den reinen Online-Händlern, die € 10 Mrd. Umsatzmarke deutlich zu überschreiten (alle vorgenannten Zahlen aus der KPMG Studie: Entwicklung Einzelhandel 1/2020).

Mobilfunkdienstleistungen

Zum Jahresende gab es ca. 140,8 Mio. aktive SIM-Karten der Netzbetreiber. Das sind 3,8 Mio. (+2,8 %) mehr als im Vorjahr und im Durchschnitt 1,7 SIM-Karten pro Einwohner. Der Zugang zu 4G und 5G Netzen besteht bei 57,5 Mio. SIM-Karten, nur 2G und 3G Netze können 83,3 Mio. der SIM_Karten erreicht werden. Das Datenübertragungsvolumen wuchs im Mobilfunkbereich in Deutschland um rd. 62 %. Das bedeutet Ende 2019 ein Plus in Höhe von 1,6 Mrd. GB auf 4,2 Mrd. GB. Das durchschnittliche Datenvolumen pro SIM-Karte betrug 2019 mit 2,5 GB pro Monat ca. 58,6 % mehr als in 2018 (Quelle: dialog-consult.com/pdf/Dialog_Consult_Newsletter_201902).

5.2.2 Geschäftsverlauf

5.2.2.1 Geschäftsentwicklung 2019/2020

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2019/2020 verlief umsatz- wie ergebnisseitig besser als erwartet.

Im Geschäftsbericht zum Geschäftsjahr 2018/2019 wurde im Ausblick auf das Geschäftsjahr 2019/2020 erwartet, dass sich das Projektgeschäft nach den Rückgängen in den Vorjahren stabilisiert, sich im Direktgeschäft ein weiteres Wachstum zeigt und somit insgesamt ein Umsatzwachstum von +5 % bis +10% erreicht wird. Für die Rohertragsmarge wurde ein stabiler Wert von 25 % oder leicht darüber für möglich gehalten, das EBIT sollte mit rd. € 35 Mio. unverändert bleiben.

Im Projektgeschäft wurde insgesamt für das Geschäftsjahr 2019/2020 ein unveränderter Umsatz von € 354 Mio. erwartet. Dabei wurde im Bereich Personal Computer ein gleichbleibendes Absatzvolumen erwartet, ein leichter Rückgang von bis zu -5 % nicht ausgeschlossen. Durch Änderungen im Produktmix wurde hingegen mit einem möglichen Umsatzwachstum in diesem Bereich von +5 % bis zu +10 % geplant. Aufgrund der zunehmenden Sättigung in den übrigen Bereichen der Consumer

Electronics und der erst begonnenen Neuausrichtung der Produktkategorien im Bereich Haushaltselektronik wurde insgesamt ein gleichbleibender Umsatz im Projektgeschäftes erwartet.

Entgegen den Erwartungen konnte die Absatzmenge im PC-Bereich im abgelaufenen Geschäftsjahr um rd. 7 % gesteigert werden. Besonders positiv entwickelte sich hier der Educational-Bereich. Das Umsatzvolumen stieg entsprechend. Ebenfalls besser als erwartet entwickelte sich das Geschäft mit den übrigen Produkten aus den Bereichen der Consumer Electronics und Haushaltselektronik. Während hier lediglich mit einer Stabilisierung geplant wurde, konnten die Umsätze in diesen beiden Bereichen insgesamt um rd. +18 % gesteigert werden. Insbesondere der Haushaltsbereich konnte stärker ausgebaut werden als erwartet und verzeichnete ein Wachstum von mehr als 40 %. Insgesamt wuchs der Umsatz im Projektgeschäft somit um +7 % auf € 380 Mio. im Geschäftsjahr 2019/2020.

Für das Direktgeschäft wurde ausgehend von einem Umsatz von € 369 Mio. eine Erhöhung von +15 % bis zu +20 % erwartet. Im Bereich des Direktgeschäftes verlief die Unternehmensentwicklung mit 16,5 % damit entsprechend den Erwartungen und erreichte eine Höhe € 430 Mio. Das Geschäft mit digitalen Dienstleistungen konnte um rd. +19 % gesteigert werden und liegt somit über den Erwartungen (bis zu +15 % oder leicht darüber). Das klassische E-Commerce-Geschäft mit Elektronikprodukten hat mit einem Wachstum von +13 % ebenfalls die Erwartungen (bis zu +15 %) erfüllt.

Die sonstigen Umsätze (im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie im Vorjahr ausschließlich Dienstleistungen für Lenovo betreffend) verminderten sich erwartungsgemäß um -20 % von € 19 Mio. auf € 15 Mio.

Der Gesamtumsatz im Konzern entwickelte sich damit von € 742 Mio. im Geschäftsjahr 2018/2019 auf € 825 Mio. im Geschäftsjahr 2019/2020, dies entspricht einer Erhöhung von 11 %. Damit wurde die Erwartung von +5 % bis zu +10 % übertroffen.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Erwartungswerte und realisierte Werte gegenüber gestellt:

Leistungsindikator	Mio.€		Mio.€		%
	GJ 2018/2019	Erwartung	GJ 2019/2020	+/-	
Gesamtumsatz Konzern	742	Von +5 % bis zu +10 %	825	11	
Umsatz Projektgeschäft	354	unverändert	380	7	
Umsatz Direktgeschäft	369	Von +15 % bis zu +20 %	430	17	
Sonstige Umsätze	19	Bis zu -20 %	15	-20	
Rohertrag (Rohertragsquote)	198 (27%)	25% oder leicht darüber	212 (26%)	7	
EBIT	35	unverändert	42	19	

Ergebnisseitig (EBIT) verlief das Geschäftsjahr 2019/2020 in allen vier Quartalen besser als erwartet. Im ersten Geschäftshalbjahr lag das erwirtschaftete EBIT +17 % über den Erwartungen, im zweiten Geschäftshalbjahr +19 %. Insgesamt liegt das EBIT im Geschäftsjahr 2019/2020 bei € 42 Mio. und

damit um 19 % über dem Vorjahres EBIT von € 35 Mio. Grund sind insbesondere höhere Erträge bei digitalen Dienstleistungen im Ausland, aber auch das Projektgeschäft konnte das Geschäftsjahr besser als erwartet abschließen, wenn auch auf niedrigem Niveau. Erwartet wurde ursprünglich ein unverändertes EBIT.

5.2.2.2 Beteiligungen

Nach wie vor wird aus Kosten- und Effizienzgründen innerhalb des MEDION-Konzerns der Hauptteil des Umsatzes – auch im Ausland – aus der MEDION AG heraus realisiert. Im Rahmen der Internationalisierung des Direktgeschäftes werden Aktivitäten bei Bedarf auch im Ausland aufgebaut, weil es im direkten Geschäft mit Endverbrauchern vorteilhaft sein kann, lokale Besonderheiten besser zu erkennen und zu steuern. Dies gilt im Rahmen des Direktgeschäftes insbesondere für das Mobilfunkgeschäft in Australien.

Beim Ausbau der digitalen Produkt- und Vertriebsbereiche werden zwar aus Gründen lokaler rechtlicher Rahmenbedingungen zunehmend Geschäfte über die internationalen Tochtergesellschaften abgewickelt, die operative Steuerung erfolgt dennoch in der Regel aus der MEDION AG heraus. Der operative Ergebnisbeitrag der Tochtergesellschaften ist außer in Australien sehr gering.

5.2.2.3 Aktie und Dividende/Spruchstellenverfahren

Die MEDION-Aktie wird seit 2012 im regulierten Markt (General Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. MEDION zahlt seit dem Geschäftsjahr 2012/2013 auf Grund des Gewinnabführungs- und Beherrschungsvertrages keine Dividende mehr. Die jährliche Ausgleichszahlung wird von der Lenovo Germany Holding GmbH geleistet, die als unmittelbare Lenovo Tochtergesellschaft die Mehrheit der MEDION Aktien hält.

In dem 2012 eingeleiteten Spruchstellenverfahren zur Überprüfung der Angemessenheit von Abfindungsangebot und Ausgleichszahlung hat das zuständige Landgericht Dortmund im August 2019 die Anträge der außenstehenden Aktionäre vollumfänglich zurückgewiesen. Zu den von außenstehenden Aktionären eingelegten Rechtsmitteln ist bis zum 5. Juni 2020 keine Entscheidung ergangen.

5.2.3 Lage des Konzerns

5.2.3.1 Ertragslage

ERTRAGSLAGE

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	01.04.2019 - 31.03.2020		01.04.2018 - 31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Umsatz	825,1	100,0	741,6	100,0	83,5	11,3
Materialeinsatz	-612,8	-74,3	-544,0	-73,4	-68,8	-12,6
Rohertrag	212,3	25,7	197,6	26,6	14,7	7,4
Personalaufwand	-62,0	-7,5	-59,9	-8,1	-2,1	-3,5
Sonstige Aufwendungen und Erträge	-104,8	-12,7	-98,9	-13,3	-5,9	-6,0
Abschreibungen	-3,7	-0,4	-3,6	-0,5	-0,1	-2,8
EBIT	41,8	5,1	35,2	4,8	6,6	18,8
Finanzergebnis	-0,2	0,0	1,0	0,1	-1,2	< -100,0
EBT	41,6	5,1	36,2	4,9	5,4	14,9
Steuern	-13,0	-1,6	-6,5	-0,9	-6,5	-100,0
Konzernergebnis	28,6	3,5	29,7	4,0	-1,1	-3,7

UMSÄTZE NACH REGIONEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	01.04.2019 - 31.03.2020		01.04.2018 - 31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Deutschland	529,1	64,1	450,7	60,8	78,4	17,4
Übriges Europa	165,4	20,1	174,9	23,6	-9,5	-5,4
Australien	104,9	12,7	86,6	11,6	18,3	21,1
Übriges Ausland	25,7	3,1	29,4	4,0	-3,7	-12,6
Umsatz	825,1	100,0	741,6	100,0	83,5	11,3

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse liegen mit im abgelaufenen Geschäftsjahr mit € 825 Mio um 11,3% über dem Vorjahreswert von € 741,6 Mio. Bezüglich weiterer Erläuterungen verweisen wir auf Abschnitt 5.2.2.1.

Rohertrag

Zwar liegt der erwirtschaftete Rohertrag mit € 212,3 Mio. um € +14,7 Mio. über dem Vorjahreswert von € 197,6 Mio., mit diesem Anstieg um +7,4 % blieb die Erhöhung jedoch hinter dem Umsatzwachstum (+11,3 %) zurück. Hintergrund sind das stärkere Wachstum des Projektgeschäftes,

in dem geringere Margen als im Direktgeschäft erzielt werden, sowie der durch Markttransparenz begründete Preisdruck im Online-Handel und bei digitalen Dienstleistungen. Insgesamt verminderte sich die Rohertragsquote leicht von 26,6 % im Vorjahr auf 25,7 % und liegt somit weiter auf dem angestrebten Niveau von rd. 25 %.

Personalaufwand

Im Geschäftsjahr 2019/2020 waren durchschnittlich 1.004 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) im MEDION-Konzern beschäftigt. Die Beschäftigtenzahl ist damit im Vergleich zum Vorjahr (1.016 Mitarbeiter) leicht um -1,1 % gesunken. Dass dennoch der Personalaufwand von € 59,9 Mio. auf € 62,0 Mio. angestiegen ist, hängt mit dem schrittweisen Umbau des Geschäftes und dem hieraus resultierenden veränderten Qualifikationsbedarf von Mitarbeitern zusammen.

	GJ 2019/2020	GJ 2018/2019
Personalaufwand, gesamt in T€	62.027	59.862
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.004	1.016
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	61.780	58.919

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge

Der Saldo aus sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen liegt mit € 104,8 Mio. um +6,0 % über dem Vorjahresniveau (€ 98,9 Mio.). Wie in den Vorjahren sind die Vertriebsaufwendungen die wesentliche Ursache der Veränderungen.

Zusammengefasster Lagebericht der MEDION AG

SONSTIGE
BETRIEBLICHE
AUFWENDUNGEN
UND ERTRÄGE

	Mio. €	Mio. €	Mio. €	%
	01.04.2019 -31.03.2020	01.04.2018 - 31.03.2019	GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Sonstige betriebliche Aufwendungen				
Vertriebsaufwendungen	-82,8	-73,3	-9,5	13,0
davon Marketing	-17,5	-16,3	-1,2	7,4
davon Kundenservice	-16,3	-18,9	2,6	-13,8
davon Provisionen & Gebühren	-27,4	-18,0	-9,4	52,2
davon Sonstiges	-21,6	-20,1	-1,5	7,5
Verwaltungsaufwendungen	-20,9	-22,6	1,7	-7,5
Betriebsaufwendungen	-3,7	-3,4	-0,3	8,8
Übrige	-2,5	-5,1	2,6	-51,0
	-109,9	-104,4	-5,5	5,3
Sonstige betriebliche Erträge	5,1	5,5	-0,4	-7,3
Saldo	-104,8	-98,9	-5,9	6,0

Die Vertriebsaufwendungen liegen mit € 82,8 Mio. um +13,0 % über Vorjahresniveau (€ 73,3 Mio.). Während jedoch die Aufwendungen für Kundenservice, wesentlich begründet durch die Reduzierung der Dienstleistungen für den Lenovo-Konzern, von € 18,9 Mio. um € 2,6 Mio. auf € 16,3 Mio. zurückgingen, gab es einen deutlichen Anstieg von € 18,0 Mio. um € 9,4 Mio. (+52,2 %) auf € 27,4 Mio. bei Provisionen und Gebühren im Rahmen des Ausbaus digitaler Vertriebsdienstleistungen. Die Marketingaufwendungen stiegen leicht von € 16,3 Mio. um € +1,2 Mo. auf € 17,5 Mio. Hierzu sei angemerkt, dass MEDION seit dem Geschäftsjahr 2019/2020 erhaltene zweckgebundene Werbekostenzuschüsse mit den korrespondierenden Marketingaufwendungen verrechnet. Zum Zwecke der besseren Vergleichbarkeit wurde der Vorjahresausweis angepasst. Die sonstigen Vertriebsaufwendungen stiegen leicht von € 20,1 Mio. auf € 21,6 Mio., hauptsächlich begründet durch höhere Entsorgungskosten und Aufwendungen für Zeitarbeit.

Der Rückgang der Verwaltungsaufwendungen von € 22,6 Mio. um € -1,7 Mio. auf € 20,9 Mio. erklärt sich durch geringere Aufwendungen für IT sowie Rechts- und Beratungskosten. Während die Betriebsaufwendungen, hauptsächlich Aufwendungen für Gebäude und betriebliche Einrichtungen betreffend, mit € 3,7 Mio. nahezu unverändert blieben (Vorjahr: € 3,4 Mio.), verringerten sich die übrigen Aufwendungen deutlich von € 5,1 Mio. im Vorjahr auf € 2,5 Mio. Hintergrund sind einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Aufbau neuer digitaler Vertriebskanäle und -produkte im Vorjahreszeitraum.

Insgesamt erhöhten sich somit die sonstigen betrieblichen Aufwendungen von € 104,4 Mio. um € +5,5 Mio. (+5,3 %) auf € 109,9 Mio.

Die sonstigen betrieblichen Erträge blieben mit € 5,1 Mio. nahezu unverändert (Vorjahr: € 5,5 Mio.). Geringeren periodenfremden Erträgen stehen höhere Erträge aus Schadenersatzleistungen gegenüber.

Abschreibungen

Die Abschreibungen blieben mit € 3,7 Mio. auf Vorjahresniveau (€ 3,6 Mio.) und entfallen nach wie vor mehrheitlich auf Software.

Operatives Ergebnis (EBIT)

Aufgrund des stärker als erwartet gewachsenen Geschäftsvolumens konnte auch das operative Ergebnis (EBIT) von € 35,2 Mio. im Vorjahr um € +6,6 Mio. (+18,8 %) auf € 41,8 Mio. verbessert werden und liegt somit gleichermaßen über den Erwartungen. Insbesondere im stärkeren Winterhalbjahr konnten größere Skaleneffekte und höhere Nettomargen als erwartet realisiert werden. In den letzten Wochen des Geschäftsjahres gab es auch einen leicht positiven Impuls als Folge der Corona-Pandemie, insbesondere im Online-Handel.

Finanzergebnis

Die Veränderung des Finanzergebnisses von einem Zinsertrag in Höhe von € 1,0 Mio. im Vorjahr um € -1,2 Mio. auf einen Zinsaufwand in Höhe von € -0,2 Mio. im abgelaufenen Geschäftsjahr ist nahezu ausschließlich auf Veränderungen bei den Währungseffekten zurückzuführen. Einem entsprechenden Zinsertrag im Vorjahr in Höhe von € 0,7 Mio. steht im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Zinsaufwand von € -0,4 Mio. gegenüber (Effekt € -1,1 Mio.). Weitere Effekte betreffen geringere Zinserträge aus Geldanlagen sowie höhere Gebühren.

Ertragsteuern

	Mio.€	Mio.€
	GJ 2019/2020	GJ 2018/2019
Effektiv zahlungswirksame Steuern	5,9	5,6
Steuerumlage vom Organträger	4,5	3,0
Zahlungsunwirksame Steuern gem. IAS 12	2,0	-
Latente Ertragsteuern	0,6	- 2,1
Ertragsteueraufwand	13,0	6,5

Die effektiv zahlungswirksamen Steuern betreffen hauptsächlich die Tochtergesellschaften der MEDION AG.

Die Veränderungen der latenten Steuern von einem Ertrag in Höhe von € 2,1 Mio. im Vorjahr zu einem Aufwand in Höhe von € -0,6 Mio. resultiert im Wesentlichen daraus, dass im Geschäftsjahr 2018/19 ein latenter Steuerertrag für Vorjahre von € 3,2 Mio. berücksichtigt wurde.

Bedingt durch einen Steuerumlagevertrag mit der Lenovo Germany Holding GmbH als Mehrheitsaktionärin der MEDION AG werden bei MEDION € 4,5 Mio. als Umlagen vom Organträger ausgewiesen (Vorjahr: € 3,0 Mio.). Im Hinblick auf die zahlungsunwirksamen Steuern gemäß IAS 12 wird auf den Abschnitt 8.1.5 im Anhang verwiesen.

Vor dem Hintergrund des seit dem 1. April 2012 wirksamen Gewinnabführungsvertrages der MEDION AG mit der Lenovo Germany Holding GmbH sind die steuerlichen Verlustvorträge der MEDION AG für die Dauer des Gewinnabführungsvertrages nicht nutzbar.

Konzernergebnis

Trotz des im Vorjahresvergleich höheren Steueraufwandes ergibt sich durch das höhere operative Ergebnis ein mit € 28,6 Mio. nur leicht unter dem Vorjahr (€ 29,7 Mio.) liegendes Konzernergebnis.

5.2.3.2 Segmente

Der MEDION-Konzern berichtet gemäß IFRS 8 entsprechend der internen Unternehmenssteuerung nach den Segmenten Projektgeschäft, Direktgeschäft und Sonstige.

Projektgeschäft

Das Segment Projektgeschäft bündelt alle Geschäfte der modernen Consumer Electronics mit den international aufgestellten großen Handelsketten aus den Produktgruppen PC/Multimedia und Unterhaltungselektronik, für die Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch MEDION erbracht werden. Dabei handelt es sich um Dienstleistungen im Rahmen der sogenannten Primary-Sales-Prozesse (von der Produktidee über Auftragsfertigung, Bewerbung und Distribution) bis zum After-Sales-Support (vom Retourenhandling bis zum Gewährleistungsmanagement inkl. Kundenservice und Reparaturen). Das Angebot solcher umfangreichen Dienstleistungen bedarf naturgemäß einer hinreichenden Auftragssicherheit und Größenordnung. Beim Projektgeschäft handelt es sich daher grundsätzlich um sogenanntes Volumengeschäft für physische Produkte.

Direktgeschäft

Das Direktgeschäft beschreibt das Geschäft im Bereich der digitalen Dienstleistungen sowie den (MEDION-eigenen) Online-Handel mit Consumer-Electronics-Produkten, wobei grundsätzlich nur einzelne Elemente entlang der Wertschöpfungskette zur Anwendung kommen. Naturgemäß ist das Direktgeschäft nicht durch vorlaufende Auftragseingänge gekennzeichnet, sondern vielmehr durch Kundentreue. Im Hardwarebereich ist es MEDION bislang immer gelungen, durch gezielte Bewerbung einen treuen Kundenstamm aufzubauen und ein dauerhaft hohes Kundenkontakt-Aufkommen zur Generierung eines verlässlichen Basisumsatzes zu realisieren. Der Bereich der digitalen Dienstleistungen ist durch eine sehr hohe Kundenloyalität und somit wiederkehrendes Geschäft gekennzeichnet, das man als verlässliches Grundgeschäft bezeichnen kann. Den hier ausgewiesenen Aktivitäten im Hardware- sowie im digitalen Bereich ist in der Unternehmenssteuerung gemein, dass MEDION hier Vertriebsaktivitäten direkt zum Endkonsumenten steuert und in der Regel keine Waren bei Handelskunden zwischengelagert sind.

Sonstige

Unter den Sonstigen Umsätzen weist MEDION Geschäftstätigkeiten aus, die keinem der beiden anderen Segmente zuzuordnen sind. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie im Vorjahr betreffen die hier ausgewiesenen Umsätze ausschließlich für den Lenovo-Konzern erbrachte Dienstleistungen.

Zusammengefasster Lagebericht der MEDION AG

UMSÄTZE NACH SEGMENTEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	01.04.2019- 31.03.2020		01.04.2018 - 31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Direktgeschäft	430,3	52,2	369,1	49,8	61,2	16,6
Projektgeschäft	379,9	46,0	353,7	47,7	26,2	7,4
Sonstige	14,9	1,8	18,8	2,5	-3,9	-20,7
Umsatz	825,1	100,0	741,6	100,0	83,5	11,3

EBIT NACH SEGMENTEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	01.04.2019- 31.03.2020		01.04.2018 - 31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Direktgeschäft	38,3	91,6	32,7	92,9	5,6	17,1
Projektgeschäft	3,1	7,4	2,0	5,7	1,1	55,0
Sonstige	0,4	1,0	0,5	1,4	-0,1	-20,0
EBIT	41,8	100,0	35,2	100,0	6,6	18,8

Da die Steuerung von Projekt- und Direktgeschäft unterschiedlich ist und die Umsätze entsprechend getrennt aufgezeichnet werden, können auch Großteile der Aufwendungen eindeutig zugeordnet werden. Indirekte Aufwendungen oder Aufwendungen für Maßnahmen, die alle Unternehmensbereiche betreffen, werden nach plausiblen Verteilungsschlüsseln zugeordnet. Das können beispielsweise Umsatzschlüssel oder Anzahl von Aktionen sein.

Das operative Ergebnis im Direktgeschäft konnte mit einem Anstieg von € 32,7 Mio. um € +5,6 Mio. (+17,1 %) auf € 38,3 Mio. umsatzproportional gesteigert werden. In diesem Anstieg sind auch einmalige Erträge aus digitalen Dienstleistungen im Ausland in Höhe von € 2,8 Mio. enthalten.

Entgegen dem Trend der letzten Jahre entwickelte sich das Projektgeschäft im abgelaufenen Geschäftsjahr leicht positiv und konnte ein gegenüber den Erwartungen (Vorjahresniveau € 2,0 Mio. oder darunter) um € +1,1 Mio. auf € 3,1 Mio. gestiegenes EBIT erwirtschaften. Auch wenn das durch das Geschäftsmodell mit Aktionsgeschäften traditionell stärkere Winterhalbjahr sehr positiv verlaufen ist, bleibt insbesondere das Multimediageschäft unter hohem Druck. Aufgrund der nach wie vor niedrigeren Roherträge können nachlaufende Aufwendungen nicht mehr grundsätzlich gedeckt werden. Insbesondere im Multimedia-Bereich bedürfen die klassischen Projektgeschäftsstrukturen gewisser Skalenvorteile, die sich mit Umsatzerlösen auch in der Größenordnung des abgelaufenen Geschäftsjahres nicht durchgängig realisieren lassen. Das insgesamt leicht positive EBIT im Projektgeschäft ist im abgelaufenen Geschäftsjahr wie bereits im Vorjahr auf das größere Absatzvolumen im Weihnachtsquartal zurückzuführen. Im Halbjahresbericht zum 30. September 2019 wurde noch ein negatives EBIT im Projektgeschäft in Höhe von € -0,6 Mio. ausgewiesen (Vorjahr: € -0,7 Mio.).

Bei den Sonstigen Umsätzen reduzierte sich das erwirtschaftete EBIT auf € 0,4 Mio. (Vorjahr: € 0,5 Mio.) entsprechend dem Rückgang der Konzerndienstleistungen.

5.2.3.3 Vermögens- und Finanzlage

Bilanzstruktur (IFRS)

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	31.03.2020		31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Sachanlagen	25,3	3,3	22,2	2,9	3,1	14,0
Immaterielle Vermögenswerte	4,1	0,5	4,5	0,6	-0,4	-8,9
Sonstige langfristige Vermögenswerte	0,6	0,1	0,7	0,1	-0,1	-14,3
Aktive latente Steuern	14,6	1,9	15,4	2,1	-0,8	-5,2
Langfristige Vermögenswerte	44,6	5,8	42,8	5,7	1,8	4,2
Vorräte	162,4	21,0	131,1	17,6	31,3	23,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	188,5	24,4	175,6	23,6	12,9	7,3
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	211,8	27,4	232,9	31,3	-21,1	-9,1
davon: Bereitstellung aus liquiden Mitteln	190,0	24,6	220,0	29,5	-30,0	-13,6
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	43,8	5,7	47,2	6,4	-3,4	-7,2
Zahlungsmittel / -äquivalente	121,3	15,7	115,0	15,4	6,3	5,5
Kurzfristige Vermögenswerte	727,8	94,2	701,8	94,3	26,0	3,7
Summe Aktiva	772,4	100,0	744,6	100,0	27,8	3,7
Eigenkapital	455,7	59,0	446,5	59,9	9,2	2,1
abzgl. erworbener eigener Aktien	-46,4	-6,0	-46,4	-6,2	0,0	0,0
Bilanzielles Eigenkapital (IFRS)	409,3	53,0	400,1	53,7	9,2	2,3
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	11,8	1,5	12,4	1,7	-0,6	-4,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	149,8	19,4	120,5	16,2	29,3	24,3
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	20,7	2,7	21,2	2,8	-0,5	-2,4
davon: Verbindlichkeiten aus Gewinnabführung	18,2	2,4	17,0	2,3	1,2	7,1
Steuerverbindlichkeiten	1,1	0,1	0,6	0,1	0,5	83,3
Sonstige Rückstellungen	88,9	11,5	101,3	13,6	-12,4	-12,2
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	90,8	11,8	88,5	11,9	2,3	2,6
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten	351,3	45,5	332,1	44,6	19,2	5,8
Summe Passiva	772,4	100,0	744,6	100,0	27,8	3,7

Die Bilanzsumme des MEDION-Konzerns hat sich zum 31. März 2020 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um € +27,8 Mio. (+3,7 %) auf € 772,4 Mio. (31. März 2019: € 744,6 Mio.) erhöht.

Auf der Aktivseite erhöhte sich das Vorratsvermögen um € +31,3 Mio. auf € 162,4 Mio. (Vorjahr: € 131,1 Mio.) als Folge des Wachstums des Projektgeschäftes, insbesondere des höheren Auftragseinganges für das erste Geschäftsquartal 2020/2021 und des Online-Handels mit Elektronik-Produkten. Entsprechend erhöhten sich auch leicht die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von € 175,6 Mio. im Vorjahr auf € 188,5 Mio. zum Bilanzstichtag.

Der Rückgang der Forderungen gegen verbundene Unternehmen um € -21,1 Mio. auf € 211,8 Mio. (Vorjahr: € 232,9 Mio.) resultiert hauptsächlich aus der geringeren Bereitstellung liquider Mittel (€ 190,0 Mio.; Vorjahr: € 220,0 Mio.).

Der leichte Rückgang der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte um € -3,4 Mio. auf € 43,8 Mio. (Vorjahr: € 47,2 Mio.) erklärt sich maßgeblich durch geringere ausstehende Lieferantengutschriften und Werbekostenzuschüsse.

Die in der Bilanz dargestellten Zahlungsmittel und -äquivalente erhöhten sich um € +6,3 Mio. auf € 121,3 Mio. (Vorjahr: € 115,0 Mio.). Inclusive der im Lenovo-Konzern angelegten Mittel ergibt sich ein Rückgang der Gesamtliquidität zum Bilanzstichtag von € 335,0 Mio. um € -23,7 Mio. (-7,1 %) auf € 311,3 Mio., was mit steigenden Mittelbindung im Vorratsvermögen korrespondiert.

Die Erhöhung der Passivseite ist zurückzuführen auf einen Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von € 120,5 Mio. im Vorjahr um € 29,3 Mio. auf € 149,8 Mio. aufgrund des Umsatzwachstums, insbesondere im letzten Geschäftsquartal. Insgesamt erhöhte sich entsprechend die Mittelbindung durch das Working Capital (Vorratsvermögen sowie Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) zum 31. März 2020 um € +14,9 Mio. auf € 201,1 Mio. (Vorjahr: € 186,2 Mio.).

Der Rückgang der sonstigen Rückstellungen von € 101,3 Mio. im Vorjahr um € -12,4 Mio. auf € 88,9 Mio. ist hauptsächlich begründet durch Inanspruchnahmen (€ -14,6 Mio.) sowie Auflösungen (€ 11,0 Mio.) von Rückstellungen für Lizenzen und Schutzrechte.

Die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten entfallen wie in den Vorjahren hauptsächlich auf Verbindlichkeiten aus dem ABS-Programm (€ 75,7 Mio.; Vorjahr: € 71,8 Mio.).

In den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von € 20,7 Mio. zum 31. März 2020 (Vorjahr: € 21,2 Mio.) sind neben Verbindlichkeiten aus Gewinnabführung (€ 18,2 Mio.; Vorjahr: € 17,0 Mio.) auch Verbindlichkeiten aus dem Bezug von Servicematerialien enthalten.

Das Eigenkapital liegt mit € 409,3 Mio. um +2,3 % über Vorjahresniveau (€ 400,1 Mio.), aufgrund der gestiegenen Bilanzsumme verminderte sich die Eigenkapitalquote leicht von 53,7 % im Vorjahr auf 53,0 % zum 31. März 2020 und liegt damit nach wie vor stabil über 50 %.

Zu den von der MEDION AG gehaltenen eigenen Aktien wird gemäß § 315 Abs. 2 S. 2 HGB und § 289 Abs. 2 S. 2 HGB auf die im Anhang der MEDION AG im Abschnitt 3,1 „Angaben zur Bilanz“ und „Eigenkapital“ gemachten Angaben gem. § 160 Abs. 1 Nr. 2 AktG verwiesen.

Kapitalflussrechnung

CASHFLOW	Mio.€	Mio.€	Mio.€	%
	01.04.2019 -31.03.2020	01.04.2018 -31.03.2019	GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Betriebsergebnis (EBIT)	41,8	35,2	6,7	19,0
Planmäßige Abschreibungen sowie andere zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	3,6	5,1	-1,6	-31,4
Brutto Cashflow	45,4	40,3	5,1	12,7
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen	-28,4	46,2	-74,6	< -100,0
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	-12,4	-13,3	0,9	6,8
Auszahlungen für Steuern	-5,3	-5,0	-0,3	-6,0
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit (im Vorjahr Mittelzufluss)	-0,7	68,2	-68,9	< -100,0
Mittelzufluss aus Investitionstätigkeit (im Vorjahr Mittelabfluss)	24,5	-20,0	44,5	> 100,0
Free Cashflow	23,8	48,2	-24,4	-50,6
Auszahlung Ergebnisabführung Vorjahre	-17,0	-16,3	-0,7	-4,3
Netto-Zahlungen Finanzverbindlichkeiten	2,9	-8,1	11,0	> 100,0
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-14,1	-24,4	10,3	42,2
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	9,7	23,8	-14,1	-59,2
Wechselkursbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	-3,4	0,5	-3,9	< -100,0
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	115,0	90,7	24,3	26,8
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	121,3	115,0	6,3	5,5

Der Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit liegt mit € -0,7 Mio. zwar deutlich unter dem Vorjahreswert von € +68,2 Mio. (Mittelzufluss), erklärt sich aber durch den Anstieg des Hardwaregeschäftes und damit zusammenhängenden Mittelbindungen.

Der Mittelzufluss aus Investitionstätigkeit entspricht im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie im Vorjahr (Mittelabfluss) den Veränderungen der Bereitstellung liquider Mittel im Lenovo-Konzern.

Der im Vergleich zum Vorjahr um € 10,3 Mio. niedrigere Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit (€ -14,1 Mio.) entspricht überwiegend dem zum 31. März 2020 bilanzierten geringeren Volumen aus der Nutzung eines ABS-Programmes.

Insgesamt ergibt sich somit eine leichte Erhöhung des Finanzmittelfonds von € 115,0 Mio. im Vorjahr um € +6,3 Mio. auf € 121,3 Mio.

Aufgrund der vereinbarten Finanzierungsrahmenbedingungen im Wege der Integration in den Lenovo-Konzern erfolgen die Anlagen liquider Mittel nicht mehr durch MEDION selbst, sondern durch den Lenovo-Konzern. Die sonst durch MEDION angelegte Liquidität wird dem Lenovo-Konzern zur Verfügung gestellt und zu marktüblichen Bedingungen sowie unter Berücksichtigung rechtlicher Rahmenbedingungen verzinst. Diese Beträge werden unter den Forderungen gegen verbundene Unternehmen ausgewiesen und reduzieren daher den in der MEDION-Bilanz ausgewiesenen Liquiditätssaldo. Darüber hinaus nimmt MEDION seit November 2015 wieder an einem ABS-Programm teil, um innerhalb des Lenovo-Konzerns temporär eine höhere Liquidität zur Verfügung stellen zu können. Unter Berücksichtigung der im Lenovo-Konzern zur Verfügung gestellten Liquidität hat sich die dem MEDION-Konzern insgesamt zur Verfügung stehende Liquidität von € 335,0 Mio. im Vorjahr um € -23,7 Mio. auf € 311,3 Mio. vermindert. Abzüglich der im Vergleich zum Vorjahr leicht höheren ABS-Verbindlichkeiten ergibt sich eine Minderung der Netto-Liquidität um € -27,6 Mio. von € 263,2 Mio. im Vorjahr auf € 235,6 Mio. zum 31. März 2020.

	Mio.€	Mio.€
	31.03.2020	31.03.2019
In Bilanz ausgewiesene Liquidität	121,3	115,0
Zuzüglich im Konzern angelegter Mittel	190,0	220,0
Gesamt-Liquidität	311,3	335,0
Abzüglich Netto-ABS-Verbindlichkeiten	-75,7	-71,8
Netto-Liquidität	235,6	263,2

Die Finanzierung des MEDION-Konzerns einschließlich des erforderlichen Working Capitals für das laufende Geschäft war im abgelaufenen Geschäftsjahr stets sichergestellt. Der MEDION-Konzern verfügt nach wie vor über eine deutlich positive Netto-Liquidität. Ebenso verfügt MEDION mit dem hohen Eigenkapital von € 409,3 Mio., einer bilanziellen Eigenkapitalquote von 53,0 % und einer Liquidität inklusive der Geldanlagen im Konzern (€ 190,0 Mio.) von € 311,3 Mio. über sehr gute Finanzierungsrahmenbedingungen.

5.2.3.4 Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns

Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelte sich das operative Ergebnis (EBIT) aufgrund des stärker als erwartet gewachsenen Geschäftsvolumens positiv und liegt mit € 41,8 Mio. über den Erwartungen. Dabei konnte das operative Ergebnis sowohl im Direktgeschäft umsatzproportional um 17,1% auf € 38,3 Mio. als auch im Projektgeschäft gegen den Trend der letzten Jahre leicht um € +1,1 Mio auf € 3,1 Mio. gesteigert werden.

Ebenso verfügt MEDION mit dem hohen Eigenkapital von € 409,3 Mio., einer bilanziellen Eigenkapitalquote von 53,0 % und einer Liquidität inklusive der Geldanlagen im Konzern (€ 190,0 Mio.) von € 311,3 Mio. über sehr gute Finanzierungsrahmenbedingungen.

5.2.3.5 MEDION AG (ergänzende Erläuterungen auf Basis HGB)

Der Lagebericht der MEDION AG und der Konzernlagebericht über das Geschäftsjahr 2019/2020 sind nach § 315 Abs. 5 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 2 HGB zusammengefasst. Der Jahresabschluss der MEDION AG nach HGB und der zusammengefasste Lagebericht werden zeitgleich im Bundesanzeiger veröffentlicht.

Da das MEDION-Geschäft weitestgehend über die MEDION AG abgewickelt und aus Gründen der Kosteneffizienz entsprechend zentral gesteuert wird, entspricht die Ertrags- sowie die Vermögens- und Finanzlage im Wesentlichen den Informationen über die wirtschaftliche Lage des MEDION-Konzerns. Ergänzende Erläuterungen zu wesentlichen Kennzahlen stellen sich wie folgt dar:

Ertragslage MEDION AG nach HGB

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	01.04.2019- 31.03.2020		01.04.2018 - 31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Umsatz	742,0	100,0	671,5	100,0	70,5	10,5
Materialeinsatz	-544,9	-73,4	-477,3	-71,1	-67,6	-14,2
Rohrertrag	197,1	26,6	194,2	28,9	2,9	1,5
Personalaufwand	-31,7	-4,3	-32,5	-4,8	0,8	2,5
Sonstige Aufwendungen und Erträge	-138,2	-18,6	-134,1	-20,0	-4,1	-3,1
Abschreibungen	-3,3	-0,5	-3,3	-0,5	0,0	0,0
EBIT	23,9	3,2	24,3	3,6	-0,4	-1,6
Finanzergebnis	-0,3	0,0	-0,4	0,0	0,1	25,0
EBT	23,6	3,2	23,9	3,6	-0,3	-1,3
Steuern	-5,4	-0,7	-6,9	-1,0	1,5	21,7
Ergebnis MEDION AG vor Gewinnabführung	18,2	2,5	17,0	2,5	1,2	7,1

Der im abgelaufenen Geschäftsjahr durch die MEDION AG erwirtschaftete Umsatz in Höhe von € 742,0 Mio. liegt um € +70,5 Mio. über dem Vorjahr (€ 671,5 Mio.) und mit einem Wachstum von +10,5 % nur leicht unter dem Konzernwachstum von + 11,3 %.

Die durch die MEDION AG erwirtschaftete Rohertragsmarge liegt mit 26,6 % leicht unter dem Vorjahresniveau (28,9 %) und leicht über dem Konzernwert von 25,7 % (Vorjahr: 26,6 %). Hintergrund dieses höheren Rohertrages ist u.a. , dass die MEDION AG seit dem abgelaufenen Geschäftsjahr zweckgebundene Werbekostenzuschüsse im Zusammenhang mit der Tätigkeit als Vermittler bzw. Agent erstmalig im Jahresabschluss als Umsatz ausweist, während diese im Konzernabschluss mit den korrespondierenden sonstigen betrieblichen Aufwendungen verrechnet werden. Zur besseren Vergleichbarkeit ist der Vorjahresausweis angepasst.

Der Personalaufwand der MEDION AG blieb im abgelaufenen Geschäftsjahr mit € 31,7 Mio. um -2,5 % (€ -0,8 Mio.) unter Vorjahresniveau (€ 32,5 Mio.). Die Veränderung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl (Vollzeitäquivalente) der MEDION AG verminderte sich um -8 % auf 412 (Vorjahr 446), was hauptsächlich mit einem weiteren Übergang von Mitarbeitern in die im Vorjahr gegründete MEDION Shared Services GmbH zusammen hängt.

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge der MEDION AG nach HGB

	Mio. €	Mio. €	Mio. €	%
	GJ 2019/2020	GJ 2018/2019	GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Sonstige betriebliche Aufwendungen				
Vertriebsaufwendungen	-118,0	-109,3	-8,7	-8,0
davon Marketing	-37,9	-34,7	-3,2	-9,2
davon Kundenservice	-30,6	-34,8	4,2	12,1
davon Provisionen & Gebühren	-21,4	-15,2	-6,2	-40,8
davon Sonstiges	-28,1	-24,6	-3,5	-14,2
Verwaltungsaufwendungen	-29,0	-28,0	-1,0	-3,6
Betriebsaufwendungen	-2,3	-2,1	-0,2	-9,5
Übrige	-2,1	-1,3	-0,8	-61,5
	-151,4	-140,7	-10,7	-7,6
Sonstige betriebliche Erträge	13,2	6,6	6,6	100,0
Saldo	-138,2	-134,1	-4,1	-3,1

Da im MEDION-Konzern der maßgebliche Anteil des Geschäftes durch die MEDION AG realisiert wird und sich die Organisationsstrukturen entsprechend hauptsächlich in der AG befinden, lässt sich auch die Entwicklung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge in etwa mit der des Konzerns vergleichen. Insgesamt liegt der Saldo der sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge mit € 138,2 Mio. um € 4,1 Mio. (3,1 %) über dem Vorjahr, jedoch gab es – dem Konzern entsprechend – strukturelle Veränderungen insbesondere innerhalb der Vertriebsaufwendungen.

Aufgrund des im Vergleich zum Konzern abweichenden Ausweises von zweckgebundenen Werbekostenzuschüssen liegen die Aufwendungen für Marketing um € 20,4 Mio. über dem Wert im Konzern (€ 17,5 Mio.; Vorjahr: € 16,3 Mio.). Der Anstieg von € 3,2 Mio. resultiert maßgeblich aus verstärkten Werbeaktivitäten im Ausland und für digitale Dienstleistungen. Der Rückgang der Aufwendungen für Kundenservice von € 34,8 Mio. um € -4,2 Mio. auf € 30,6 Mio. erklärt sich wesentlich durch die Reduzierung der Dienstleistungen für den Lenovo-Konzern. Die insgesamt in der MEDION AG höheren Aufwendungen für Kundenservice als im MEDION-Konzern resultieren aus der Weiterbelastung der Tochtergesellschaften für diese Dienstleistungen an die MEDION AG. Einen deutlichen Anstieg gab es bei Provisionen für Vertriebsdienstleistungen im Rahmen des Ausbaus des Direktgeschäftes von € 15,2 Mio. um € +6,2 Mio. (+40,8 %) auf € 21,4 Mio. Die sonstigen Vertriebsaufwendungen erhöhten sich von € 24,6 Mio. um +14,2 % auf € 28,1 Mio. und beinhalten in beiden Geschäftsjahren im Wesentlichen Aufwendungen für Frachten, Retourenhandling und Callcenter-Aktivitäten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge der MEDION AG haben sich mit € 13,2 Mio. gegenüber dem Vorjahr (€ 6,6 Mio.) verdoppelt. Diese Erhöhung ist hauptsächlich zurückzuführen auf höhere Auflösungen von Rückstellungen für mehrjährige Lizenz- und Abgabenbescheide.

Durch die insgesamt höheren Aufwendungen wurde der Anstieg des erwirtschafteten Rohertrages aufgezehrt und das erwirtschaftete EBIT liegt mit € 23,9 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert von € 24,3 Mio.

Das Finanzergebnis blieb mit € -0,3 Mio. ebenso auf Vorjahresniveau (€ -0,4 Mio.) wie das Ergebnis vor Steuern mit € 23,6 Mio. (Vorjahr: € 23,9 Mio.)

Aufgrund des Steuerumlagevertrages zwischen der Lenovo Germany Holding und der MEDION AG sind im Steueraufwand der MEDION AG (€ 5,4 Mio.; Vorjahr: € 6,9 Mio.) Umlagen vom Organträger für das laufende Geschäftsjahr in Höhe von € 4,5 Mio. (Vorjahr: € 3,0 Mio.) enthalten.

Der im Geschäftsjahr 2019/2020 erwirtschaftete Jahresüberschuss der MEDION AG vor Gewinnabführung liegt mit € 18,2 Mio. leicht über dem Vorjahresniveau von € 17,0 Mio.

Bilanzstruktur der MEDION AG nach HGB

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	31.03.2020		31.03.2019		GJ 2019/2020 zu GJ 2018/2019	
Anlagevermögen	37,3	5,3	33,9	5,0	3,4	10,0
Langfristige Vermögensgegenstände	37,3	5,3	33,9	5,0	3,4	10,0
Vorräte	159,9	22,5	130,7	19,1	29,2	22,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	179,8	25,3	170,9	25,0	8,9	5,2
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	219,6	31,0	237,5	34,8	-17,9	-7,5
Flüssige Mittel	74,6	10,5	68,4	10,0	6,2	9,1
Übrige Vermögensgegenstände	38,5	5,4	41,7	6,1	-3,2	-7,7
Kurzfristige Vermögensgegenstände	672,4	94,7	649,2	95,0	23,2	3,6
Summe Aktiva	709,7	100,0	683,1	100,0	26,6	3,9
Eigenkapital	366,1	51,6	366,1	53,6	0,0	0,0
Langfristige Rückstellungen	9,6	1,3	8,8	1,3	0,8	9,1
Sonstige Rückstellungen	91,9	13,0	102,3	15,0	-10,4	-10,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	129,1	18,2	97,8	14,3	31,3	32,0
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	26,9	3,8	26,6	3,9	0,3	1,1
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	86,1	12,1	81,5	11,9	4,6	5,6
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	334,0	47,1	308,2	45,1	25,8	8,4
Summe Passiva	709,7	100,0	683,1	100,0	26,6	3,9

Analog zur Konzernbilanz hat sich die Bilanzsumme der MEDION AG zum 31. März 2020 im Vergleich zum 31. März 2019 leicht erhöht und beträgt nun € 709,7 Mio. (Vorjahr: € 683,1 Mio.).

Entsprechend der Konzernbilanz haben sich auf der Aktivseite die Vorräte von € 130,7 Mio. um € +29,2 Mio. (Konzern: € +31,3 Mio.) auf € 159,9 Mio., die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von € 170,9 Mio. um € +8,9 Mio. (Konzern: € +12,9 Mio.) auf € 179,8 Mio. erhöht.

Die in der Bilanz dargestellten flüssigen Mittel erhöhten sich um € +6,2 Mio. auf € 74,6 Mio. (Vorjahr: € 68,4 Mio.).

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen betreffen der Konzernbilanz entsprechend hauptsächlich die Geschäftsbeziehungen zum Lenovo-Konzern. Die Verbindlichkeiten gegenüber

verbundenen Unternehmen betreffen ebenfalls der Konzernbilanz entsprechend überwiegend die Verpflichtung zur Gewinnabführung (€ 18,2 Mio.; Vorjahr: € 17,0 Mio.).

Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von € 97,8 Mio. im Vorjahr um € +31,3 Mio. auf € 129,1 Mio. ist entsprechend der Konzernbilanz auf das Wachstum sowohl im Projektgeschäft als auch im Direktgeschäft zurückzuführen.

Das Eigenkapital bleibt mit € 366,1 Mio. unverändert, aufgrund der höheren Bilanzsumme liegt die Eigenkapitalquote zum 31. März 2020 mit 51,6 % unter der Vorjahresquote von 53,6 %, aber nach wie vor stabil über 50 %.

5.3 Prognose-, Chancen- und Risikobericht

5.3.1 Prognosebericht

5.3.1.1 Konjunktureller Rahmen

Die Corona-Pandemie stürzt die Weltwirtschaft und mit ihr die deutsche Volkswirtschaft in eine Rezession. Die Bundesregierung rechnet für das Jahr 2020 mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 6,3 % (preisbereinigt). Für das Jahr 2021 wird dann jedoch im Zuge des Aufholprozesses ein Zuwachs in Höhe von 5,2 % erwartet. Diese Prognose der Bundesregierung berücksichtigt, dass an den weitreichenden Maßnahmen zur Beschränkung der sozialen Kontakte im öffentlichen Raum zum Schutz von Gesundheit und Leben ab Mitte März und den gesamten Monat April festgehalten wurde. Danach wird von einer schrittweisen und maßvollen Lockerung der Verhaltensmaßnahmen ausgegangen. Der stärkste Einbruch der Wirtschaftsleistung erfolgt demnach im Verlauf des zweiten Quartals diesen Jahres. Danach setzt die Belebung der wirtschaftlichen Aktivitäten ein. (Stand der Prognose 29042020 Quelle: BMWi, Pressemitteilung 29042020)

Aufgrund der Corona-Pandemie kann darüber hinaus keine verlässliche Prognose für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland abgegeben werden. Denn wie lange die Beschränkungen des öffentlichen Lebens andauern werden und wie lange anschließend eine Normalisierung dauern wird, lässt sich derzeit nur sehr schwer abschätzen. Die Bundesregierung rechnet hierzulande mit der schwersten Rezession der Nachkriegszeit. (Quelle: [spiegel.de/wirtschaft/soziales/konjunkturprognose](https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/konjunkturprognose))

5.3.1.2 Marktentwicklung im Bereich der Consumer Electronics

Gesamtmarkt

Die durch die Corona-Pandemie hervorgerufenen wirtschaftlichen Veränderungen sorgen für Verunsicherungen bei den Konsumenten und führen in der Folge der geschlossenen Geschäfte auch zu zeitlichen Verschiebungen bei den Kaufabsichten mit Auswirkungen auf die künftige Marktentwicklung – wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung in den Marktsegmenten der Consumer Electronics und Home Appliances Branche.

So gab es deutlich mehr vorgezogene oder nicht geplante Käufe von IT-Produkten wie beispielsweise Notebooks, Tablet-PCs und PC-Monitore. Dies geht nach unserer Einschätzung auf die Schließung der Schulen und dem damit verbundenen Homeschooling sowie den höheren Anteil an Homeoffice-Nutzung zurück. Auch das Kaufverhalten für Produkte mit erhöhtem Freizeitnutzen hat sich verändert: So sind die vorgezogenen Käufe von E-Readern um 40 % höher als die verschobenen Käufe, bei Spielkonsolen sind es 14 %.

Der Markt für Consumer-Electronics-Produkte ist weiterhin geprägt von der Digitalisierung der Inhalte und Übertragungswege sowie der Konvergenz. Konvergenz bedeutet dabei das Verschmelzen der bislang unterschiedlichen Märkte Unterhaltungselektronik, Medien, Informationstechnologie und Telekommunikation. Basis hierfür ist die digitale Technik, die zum einen die Vernetzung unterschiedlicher Produktgruppen ermöglicht und zum anderen die Nutzung digitaler Komponenten in unterschiedlichen Produktbereichen erlaubt. Neue, insbesondere auch drahtlose Vernetzungslösungen, eröffnen zusätzliche Möglichkeiten, hochauflösende Inhalte zu nutzen.

Mobilfunk und digitale Dienstleistungen

Der weiterhin stabile Absatz von Smartphones sorgt für einen anhaltenden Zuwachs der mobilen Internetnutzung mit hohen Datenübertragungsraten. Im Mobilfunk wird daher unverändert in den Ausbau der Übertragungstechnik LTE und die Glasfasernetze sowie den neuen 5G-Standard investiert.

Im Bereich des Fotoservice wird ein noch differenzierteres Angebot neben Bildern und Fotobüchern beispielsweise bei großflächigen Leinwänden erwartet. Die Wettbewerbssituation der vielen Online-Anbieter und ein unverändert stabiler stationärer Handel werden Preiserhöhungen nicht ermöglichen, so dass der Margendruck auch in den Jahren 2020 und 2021 erhalten bleibt.

5.3.1.3 Entwicklung von MEDION in den Jahren 2020 und 2021

Wirtschaftliche Entwicklung von MEDION in den Jahren 2020 und 2021

Die zukünftige Entwicklung von MEDION in 2020 und 2021 als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Consumer Electronics für den Massenmarkt hängt neben den effizienten und konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher ausgerichteten Strukturen und neuen innovativen Produkten des Unternehmens in hohem Maße davon ab, wie sich der konjunkturelle Rahmen, die Währungsrelationen und die Konsumneigung der Verbraucher beim Wettbewerb der Einkaufsstätten in Deutschland und in den wichtigsten europäischen Ländern entwickeln. Unverändert besteht der Trend der hohen Wettbewerbsintensität und der Verlagerung des Einkaufsverhaltens in das Internet. Zu berücksichtigen sind damit auch in besonderem Maße die Erwartungen der Handelspartner hinsichtlich der Absatzchancen von Consumer-Electronics-Produkten mit dem daraus resultierenden Bestellverhalten.

Darüber hinaus wird die weitere Entwicklung im Telekommunikationsmarkt zu berücksichtigen sein. Der rasche technologische Wandel im Telekommunikationssektor erfordert hohe Investitionen, um Netzinfrastrukturen der nächsten Generation auszubauen. Der Ausbau von sogenannten 5G-Netzen steht bevor und wird von den Netzbetreibern hohe Investitionen erfordern. Dies kann sich auch auf die für MEDION relevante Preisgestaltung der verfügbaren Angebote der Diensteanbieter auswirken.

Nicht einzuschätzen sind mittel- oder sogar langfristige Auswirkungen der Corona-Pandemie. Entgegen dem Trend der Vorjahre mit einem kontinuierlichen Wachstum digitaler Dienstleistungen und einer gleichermaßen kontinuierlichen Konsolidierung des Hardwaregeschäftes hat sich gegen Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 2019/2020 das Hardwaregeschäft sowohl im Projekt- als auch im Direktgeschäft deutlich stabilisiert, während die digitalen Dienstleistungen im Mobilfunkbereich erstmalig eine spürbare Konsumzurückhaltung seitens der Kunden zeigten.

5.3.1.4 Umsatz und Ergebnis (EBIT) im MEDION-Konzern und in der MEDION AG im Geschäftsjahr 2020/2021

Da MEDION einen großen Teil seines Hardwaregeschäftes als Projektgeschäft betreibt, welches längere Vorlaufzeiten aufgrund der kundenindividuellen Produktentwicklungen hat, abwickelt, und die digitale Dienstleistungen im Direktgeschäft seit Jahren eine hohe Grundstabilität (wiederkehrendes Geschäft) haben, ist bereits ein hoher Anteil des für das kommende Geschäftsjahr 2020/2021 geplanten Geschäftes mit Kundenaufträgen hinterlegt. Dennoch gilt grundsätzlich, dass die Entwicklung insbesondere im zweiten Geschäftshalbjahr 2020/2021 branchentypisch noch nicht mit hinreichender Wahrscheinlichkeit prognostizierbar ist.

Nach wie vor ist zu berücksichtigen, dass das konjunkturell unsichere Umfeld, der Trend rückläufiger Durchschnittspreise und das Fehlen bedeutender Produktinnovationen weiterhin Druck auf Margen ausübt. Bei nachhaltiger, ungünstiger Euro-US-Dollar-Parität kann ein weiterer negativer Effekt entstehen, wenn Kunden erwarten, dass aufgrund ausbleibender Innovationen günstigere Einkaufspreise direkt an den Markt weitergegeben werden. Die sich ergebenden Chancen aus Trends zu neuen modernen Produkten und der durch die Exportmöglichkeiten makroökonomisch nach wie vor positive Ausblick müssen daher nicht kurzfristig im durch Sättigung und Preisdruck geprägten Multimedia- und Consumer-Electronics-Markt zu steigenden Umsätzen und Ergebnissen führen.

Aufgrund ausbleibender Innovationen ist es nur bedingt möglich, höhere Preise an den Kunden weiterzugeben. Bei der gegenwärtig langsam, aber stetig teurer werdenden Euro-US-Dollar-Parität muss mit weiterem Preis- und Margendruck gerechnet werden. Darüber hinaus haben viele klassische Handelskunden von MEDION nach wie vor nur geringe Online-Verkaufs-Aktivitäten und daher keinen breiten Zugang zu neueren Vertriebswegen, zumindest für Consumer Electronics. Im Rahmen des Ausbaus alternativer Private-Label-Produktserien konnte MEDION im abgelaufenen Geschäftsjahr die zuvor begonnenen Kundenbeziehungen im Bereich sogenannter Educational Devices weiter festigen.

Es ist schwierig abzuschätzen, inwieweit die im letzten Geschäftsquartal eingeleiteten gesellschaftlichen und politischen Maßnahmen aufgrund der Corona-Pandemie bezüglich Verkaufs- und Kontaktbeschränkungen mittel- und langfristig wirken. Zwar konnte eine temporäre Unterstützung des PC-Marktes durch den kurzfristigen Trend zu Home-Offices verzeichnet werden, ein lediglicher Vorholeffekt zum Kauf von Elektronik-Produkten aufgrund dieser Verknappung oder aufgrund des kurzfristig erhöhten Bedarfs zu Geräten für das Home-Office kann jedoch nicht ausgeschlossen werden.

Insgesamt rechnet MEDION trotz dieser schwierigen und ungewissen Rahmenbedingungen im Multimedia-Bereich bei Personal Computern damit, dass sich die in diesem Bereich gezeigte Stabilisierung durch neue Vertriebsmodelle (Educational) und geänderten Produktmix (Gaming) weiter fortsetzt und Absatzvolumen sowie Umsatz um bis zu +10 % steigen können. Gegenläufig ist die Einschätzung für die übrigen Bereiche der Consumer Electronics und der Produktkategorien im Bereich Haushaltselektronik. Die positive Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr wird als nicht nachhaltig eingeschätzt, sodass hier insgesamt ein Rückgang des Umsatzes von bis zu -20 % nicht ausgeschlossen werden kann. Insgesamt rechnet MEDION im Projektgeschäft daher mit einem leichten Umsatzrückgang von bis zu -5 %. Aufgrund der Unsicherheit über die mittelfristigen Auswirkungen des durch die Corona-Pandemie veränderten Kaufverhaltens ist jedoch auch ein Umsatzrückgang von bis zu -10 % nicht ausgeschlossen.

Im Berichtssegment Direktgeschäft steht der Bereich Mobilfunk erneut unter hohem Wettbewerbsdruck. Nachdem in den beiden Vorjahren die zum 1. Juli 2017 neu geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen im Zuge der Einführung des Anti-Terror-Gesetzes Auswirkungen zeigten, haben die aktuellen Ausgangs- und Kontaktbeschränkungen der Maßnahmen im Rahmen der Corona-Pandemie zu Rückgängen in der Nutzung des Mobilfunkes geführt. Leicht positive Auswirkungen haben die Maßnahmen gegenwärtig für die digitalen Dienstleistungen im Bereich der Electronic Software Distribution. Insgesamt wird daher für die digitalen Dienstleistungen zwar weiterhin ein leichtes Umsatzwachstum von bis zu +5 % für möglich gehalten, aufgrund der Ungewissheit der Folgen der Corona-Pandemie jedoch auch ein lediglich gleichbleibender Umsatz nicht ausgeschlossen. Nach den Rückgängen der Umsätze im klassischen E-Commerce in den Vorjahren wird das im abgelaufenen Geschäftsjahr erreichte Umsatzniveau auch für das kommende Geschäftsjahr 2020/2021 erwartet. Insgesamt wird für das Direktgeschäft ein Umsatzwachstum von bis zu +5 % angestrebt.

Für die sonstigen Umsätze wird keine Veränderung im erwartet.

Da für beide Geschäftssegmente - Projektgeschäft und Direktgeschäft - die Geschäftserwartungen für das kommende Geschäftsjahr 2020/2021 stark von den noch nicht abschätzbaren nachhaltigen Effekten der Corona-Pandemie beeinflusst werden können, hält MEDION zwar insgesamt ein stabiles Umsatzniveau für möglich, ein Rückgang infolge der direkten Auswirkungen oder Nachwirkungen der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie von -5 % bis zu -10 % wird jedoch nicht ausgeschlossen.

In Abhängigkeit lokaler regulatorischer Rahmenbedingungen im internationalen Umfeld können die Anteile der durch die jeweilige MEDION-Tochtergesellschaft realisierten Umsatzerlöse im Rahmen des internationalen Ausbaus der digitalen Dienstleistungen weiter steigen. Für die durch die MEDION AG realisierten Umsätze wird insgesamt ein gleichbleibender Umsatz erwartet. Daher kann der Anteil der MEDION AG am Konzernumsatz in den folgenden Geschäftsjahren unter dem Anteil des Geschäftsjahres 2019/2020 (90 %) in einem Korridor von 85 % bis 90 % liegen.

Da MEDION durch sein Kostenmanagement bereits den Anteil der variablen Kosten gesenkt hat und nur noch in geringem Umfang hier Einsparungen vornehmen kann, wird der zunehmende Preisverfall auf der Verkaufsseite im Projektgeschäft nach wie vor einen Ergebnisdruck begründen. Der erwartete Umsatzrückgang kann zu weiteren Rückgängen von Skaleneffekten führen, für das Projektgeschäft wird daher ein Rückgang des EBIT von bis zu -20 % oder leicht darüber, und damit ein Rückgang auf das Niveau des Geschäftsjahres 2018/2019, für möglich gehalten. Im Direktgeschäft werden zwar steigende Skalenvorteile erwartet, aber auch hier wird steigender Preisdruck, insbesondere im Telekommunikationsgeschäft sowie durch steigende Produktransparenz und Anbieterzahlen, eine zur geplanten Geschäftsentwicklung korrespondierende Erhöhung der Rentabilität erschweren. Für neue digitale Dienstleistungen und Vertriebskanäle wird wie in den vorangegangenen Jahren auch für das Geschäftsjahr 2020/2021 erwartet, mögliche erwirtschaftete Überschüsse direkt in den weiteren Auf- und Ausbau reinvestieren zu müssen. Die positiven Ergebnisbeiträge des insbesondere besser als erwartet verlaufenden zweiten Geschäftshalbjahres 2019/2020 können derzeit nicht als nachhaltig angesehen werden. Insgesamt wird daher mit einem EBIT im Direktgeschäft, welches um rd. -10 % unter dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2019/2020 liegt, gerechnet.

Aufgrund dieser Rahmenbedingungen und der Tatsache, dass der Ergebnisanteil des Direktgeschäftes überproportional zum Umsatzbeitrag liegt, wird für das Geschäftsjahr 2020/2021 insgesamt ein EBIT für den MEDION-Konzern erwartet, welches um rd. -10 % unter dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2019/2020 liegt. Ein weiterer Rückgang durch einen Preisdruck als Folge der Corona-Pandemie kann auch für den Gesamtkonzern zu einem Rückgang von bis zu -20 % führen.

Nachdem sich der EBIT-Anteil der MEDION AG im abgelaufenen Geschäftsjahr von rd. 70 % im Vorjahr auf rd. 55 % vermindert hat, wird für das kommende Geschäftsjahr 2020/2021 ein EBIT-Anteil der MEDION AG am Konzern-EBIT von rd. 65 % erwartet.

5.3.2 Risikobericht

5.3.2.1 Risikomanagement-Organisation

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

Kernelemente des MEDION-Risikomanagementsystems sind:

- Ein integratives Management-Informationssystem, welches durch Verzahnung verschiedener Managementberichte operative Kennzahlen zur täglichen Kurzfriststeuerung (auch unter dem Aspekt eines Planerreichungsgrades) bereitstellt.
- Eine Balanced Scorecard zur Darstellung von Trends spezifischer Steuerungskennzahlen.
- Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem, welches mit implementierten Kontrollen der Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der Einhaltung der maßgeblichen rechtlichen Vorschriften, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik dient.
- Arbeiten einer Internen Revision; hier entscheidet entweder der Aufsichtsrat über einen durch den Vorstand vorgelegten Revisionsplan mit Themen zu prozessunabhängigen Kontrollen in allen Unternehmensbereichen, Themen werden durch die Lenovo-Konzernrevision angekündigt oder MEDION entscheidet proaktiv über freiwillige Audits (beispielsweise im Rechnungswesen oder in der IT). Die hier ausgewählten Themen werden vorzugsweise durch auf diese Themen spezialisierte externe Dienstleister bearbeitet.

Im Rahmen des Risikomanagementprozesses sind die verantwortlichen Personen in den verschiedenen Geschäftsbereichen verpflichtet, den eigenen Aufgabenbereich zu überwachen, die Risikoausprägungen zu beurteilen und das Eingehen unangemessener Risiken zu vermeiden. Sie berichten Risikosachverhalte oder auch Chancen in regelmäßigen Abständen unter Zuhilfenahme der unternehmensinternen Kontroll- bzw. Berichtssysteme an das Risikomanagement und Controlling sowie bei Bedarf unmittelbar und ad hoc an die Unternehmensleitung. Unterstützt wird der Berichtsprozess und entsprechende Dokumentationen auch durch eine Software.

Diese Einschätzungen können qualitativer und quantitativer Natur sein, werden entsprechend ihrer Charakteristik in Risikocluster zusammengeführt und bedarfsweise bewertet. Die Einordnung von dokumentierten Risiken und Chancen (inkl. Maßnahmen) erfolgt in einer Risikomatrix gemäß einer

Eintrittswahrscheinlichkeit und einer potentiellen Schadenhöhe. Dabei unterscheidet MEDION folgende Eintrittswahrscheinlichkeiten:

- Sehr gering und gering (bis 10 % bzw. 33 %),
- Moderat (bis 67 %) und
- Wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich (über 67 % bzw. über 90 %).

Bei der Quantifizierung von Risiken und Chancen hat MEDION – unter Berücksichtigung der Tatsache, dass in der Geschäftsplanung wesentliche Trends bereits berücksichtigt sind und das dritte Geschäfts- bzw. das vierte Kalenderquartal aufgrund des Weihnachtsgeschäftes nach wie vor das wichtigste Geschäftsquartal ist – relativ niedrige Abweichungen vom Ergebnisziel (Konzern-EBIT) zwecks einer Einstufung definiert. Diese Risiko-Einstufung ist wie folgt:

- Geringe oder moderate Abweichung vom Ergebnisziel (bis 2 % bzw. bis 5 % oder bis € 1,5 Mio. Schadenhöhe)
- Bedeutsame Zielabweichung (bis 10 % oder € 3,0 Mio. Schadenhöhe)
- Hohe Zielabweichung (bis 15 % oder € 4,5 Mio. Schadenhöhe)

Risiken, welche geeignet sind, eine höhere Zielabweichung als 15 % oder eine Schadenhöhe von mehr als € 4,5 Mio. zu begründen, werden als Sonderrisiko eingestuft. Solche oder gar bestandsgefährdende Risiken bestehen nicht.

5.3.2.2 Einzelrisiken

Insgesamt sieht sich MEDION aufgrund der verschiedenen Elemente der Risikomanagement-Organisation und der definierten (niedrigen) Risikocluster gut aufgestellt, kritische Tendenzen rechtzeitig zu erkennen und durch die Einleitung geeigneter Maßnahmen Risiken zu vermindern. Das Risikomonitoring konzentriert sich auf die tatsächliche Risikolage nach Berücksichtigung der Maßnahmen der Risikoreduzierung bzw. -vermeidung. Vor diesem Hintergrund sind für MEDION folgende Risiken bezüglich Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenhöhe relevant:

Corona Pandemie

Auch wenn die Kontakt- und Ausgangsbeschränkungen im Rahmen der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie im März 2020 zu vorsichtig positiven Impulsen beim Absatz von Hardwareprodukten im Großhandel und im eigenen Online-Handel, nicht nur bei PC-Produkten, geführt hat, geht MEDION nicht von dauerhaft positiven Impulsen aus. Es wird eher damit gerechnet, dass es zu nachhaltigen Änderungen im Konsumverhalten kommen kann, welche sich in längeren Zyklen zur Wieder- oder Ersatzbeschaffung niederschlagen. Auch einige Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen mit einer Rezession.

Nachteilig haben sich bereits die Verknappungen von Logistikkapazitäten ausgewirkt. Die Preise für Logistikdienstleistungen aus den Beschaffungsmärkten (vorrangig Asien) nach Europa haben sich seit März mehr als verdoppelt. In diesem Zusammenhang sind weitere Konzentrationen bei weltweit tätigen Logistikdienstleistern mit der Folge weiterer Preiserhöhungen nicht auszuschließen. MEDION begegnet diesem Risiko, in dem durch frühzeitige Abstimmungen mit Handelskunden mit Bezug auf Liefer- und Vermarktungszeitpunkte die Auswahl von bestmöglichen Transportwegen und -arten reserviert wird.

Weiterhin können weltweite Rezessionstrends zu einer Verknappung von Produktionskapazitäten führen. Hier kann MEDION zwar nicht proaktiv im Sinne von Maßnahmen gegensteuern, aber die Tatsache, dass das Hardwaregeschäft mit Elektronikprodukten von MEDION im Rahmen von einzigartigen Projekten durchgeführt wird und es daher keine langfristigen Liefer- oder Abnahmeverpflichtungen gibt, kann eine wichtige Flexibilität bei der Auswahl von Produzenten und Liefer- und Leistungsbeziehungen bedeuten und die Ergebnisrisiken somit zumindest mildern.

Bei diesem Risiko gehen wir von einem sehr wahrscheinlichen Eintritt und einer potentiell bedeutsamen Zielabweichung aus. Mögliche Auswirkungen der Corona-Pandemie im Geschäftsjahr 2020/2021 sind im Prognosebericht unter Abschnitt 5.3 erläutert.

Veränderungen im Mobilfunkmarkt

Die von MEDION angebotenen Mobilfunkdienstleistungen stehen seit vielen Jahren unter besonders hohem Margendruck. Nach wie vor hat die in 2018 eingeführte Verpflichtung zur direkten Kundenidentifikation am Verkaufspunkt (Anti-Terror-Gesetz) Auswirkungen auf Möglichkeiten und Kosten bei der Gewinnung von Neukunden. Der nachhaltige Erfolg der von MEDION entwickelten Prepaidprodukte hat weitere Netzbetreiber dazu motiviert, den Discount-Kanal für den Vertrieb ihrer Mobilfunkdienstleistungen zu nutzen.

Darüber hinaus werden Mobilfunktarife und Technologien immer leistungsfähiger, sodass sich Mobilfunk und Festnetz zunehmend in ihrer Nutzung durch Endkunden angleichen. Festnetzbetreiber bieten daher zunehmend Mobilfunk-Produkte als Add-On inklusive oder mit geringem Aufpreis an.

MEDION begegnet diesem Trend dadurch, dass laufend Gespräche zu Marketingmaßnahmen und Produktentwicklungen mit Netzbetreibern und Handelspartnern geführt werden. Durch diese Flexibilität wurden bislang jährlich neue Produkte oder Tarife eingeführt und der Druck bei Neukundengewinnung und Rentabilität abgefedert. Bei diesem Risiko gehen wir von einem sehr wahrscheinlichen Eintritt und einer potentiell bedeutsamen Zielabweichung aus.

Leistungsbeziehungen im Umfeld des Kundenservice

Die Flexibilität, die MEDION bei Produktion und Vertrieb von Elektronikprodukten aufgrund des Projektcharakters der Geschäfte hat, kann dazu führen, dass zwar Bestellungen den jeweiligen Geschäftsbedingungen konform abgewickelt werden, aufgrund von Einzelbestellungen ohne Rahmenverträge mit Produzenten im Falle von Regressansprüchen durch Qualitätsmängel jedoch langjährige Auseinandersetzungen folgen können. Hinzu kommt, dass der Einmalcharakter eines Projektes dazu führen kann, mangels Folgeprojekten für die gesetzliche oder vertraglich vereinbarte Gewährleistungszeit keine ausreichenden geeigneten Servicematerialien zur Verfügung zu haben.

MEDION begegnet diesem Risiko dadurch, dass Hersteller und Produkte monatlich auf Schadenquoten und -Gründe hin analysiert werden, Regressansprüche unmittelbar geltend gemacht und auf Basis der Erfahrungswerte dieser Analysen Schadenverläufe früh prognostiziert werden, sodass Materialien für den Servicebedarf ausreichend und rechtzeitig geordert und Vereinbarungen mit Lieferanten getroffen werden können. Bei diesem Risiko gehen wir von einem wahrscheinlichen Eintritt und einer potentiell hohen Zielabweichung aus.

5.3.2.3 Finanzinstrumente

Kreditrisiken werden bei MEDION durch verschiedene Maßnahmen gesteuert. Die Kreditwürdigkeit der Geschäftspartner wird, derzeit insbesondere im Hinblick auf die Corona-Krise, regelmäßig analysiert und führt zu einer Einstufung in drei Risikocluster (A, B und C sowie gesondert: Lenovo). Wenn die Kreditwürdigkeit als nicht sehr gut eingestuft wird, dann werden Kreditversicherungen und Forderungsverkäufe eingesetzt, um das Kreditrisiko zu mindern. Darüber hinaus werden auch Garantien und Zahlung per Vorkasse als risikomindernde Maßnahmen genutzt. Der größte Anteil der Debitoren hat in der aktuellen Einschätzung eine sehr gute Kreditwürdigkeit.

Als international agierendes Unternehmen ist MEDION Risiken durch Wechselkurseinflüsse ausgesetzt. Insbesondere auf der Beschaffungsseite fallen Zahlungsströme in ausländischer Währung an, da die überwiegende Zahl der Lieferanten in Asien beheimatet ist und die Transaktionen daher in US-Dollar abgewickelt werden. MEDION sichert sich gegen die Risiken aus Fremdwährungsschwankungen durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente in Form von marktüblichen Devisentermingeschäften und teilweise ergänzenden Swap-Geschäften ab. Dieses geschieht nach Konzern-Richtlinien innerhalb des Lenovo-Konzerns. Finanzinstrumente werden ausschließlich zu Sicherungszwecken eingesetzt. Der Einsatz von Währungssicherungsinstrumenten ist im Wesentlichen gekoppelt an die Auftragsstruktur des Projektgeschäftes.

Auf die Darstellung der Finanzrisiken im Konzernanhang Ziffer 8.3.5 wird verwiesen.

5.3.3 Chancenbericht

Neben den allgemeinen Entwicklungen beobachtet MEDION auch spezifische Markttendenzen, die dem Geschäftsmodell entgegenkommen und Chancen nicht nur zum Wachstum, sondern insbesondere auch zur Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb und somit zur Ertragsstabilisierung bieten. Diese Entwicklungen zeigen zu den Möglichkeiten, die bereits in der Prognose berücksichtigt sind, weitere operative, aber nicht mit ausreichender Sicherheit quantifizierbare Chancen.

White Label/Private Label und Educational Devices

Produkte aus dem Consumer-Electronics-Umfeld vereinen immer mehr verschiedene Funktionen in einem Gerät. Der Wettbewerb um Marktanteile wird somit immer intensiver und die Produktlebenszyklen immer kürzer. Aus diesem Grund werden neue Produktideen wiederum immer schneller zu Commodities. Die mit dieser Entwicklung verbundene immer bessere Leistungsfähigkeit von Consumer-Electronics-Produkten bietet zwischen den Produkten selbst jedoch auch immer weniger Differenzierungsmerkmale, die zur Kundengewinnung entscheidend sein können.

Zusätzlich wird der Preiswettbewerb durch intelligente Suchmaschinen immer intensiver und Preise gleichen sich mittlerweile mehrmals täglich an. Neben den Differenzierungsmerkmalen Preis und Design wird daher für den Verbraucher auch immer mehr das Vertrauen in den Anbieter entscheidend. Das Vertrauen in den Produzenten ist dabei nicht ganz genau abzugrenzen von dem Vertrauen in den Händler.

Dieses Vertrauen wird durch umfangreiche Kundenservices, die dem Verbraucher ein Gefühl von bekanntem, sicherem Einkauf geben, immer mehr gefördert. Hier bieten sich im Bereich von White-Label-Produktserien, wie sie im Lebensmittelbereich bereits alltäglich sind, neue Potentiale.

MEDION hat seit vielen Jahren neben dem Vertrieb von Produkten unter dem eigenen Markennamen auch Erfahrungen als Lieferant von White-Label-Elektronik und ist für diesen Markttrend entsprechend aufgestellt. Entsprechend den schwierigen Marktentwicklungen im Multimedia-Segment hat sich auch die Strategie von MEDION, die Produktkategorien in den Bereichen Consumer-Electronics und Haushaltselektronik zu stärken und auszubauen, bewährt. Insbesondere der Zugang zu großen internationalen Handelsketten bietet hier attraktive Möglichkeiten.

Eine Weiterentwicklung bzw. Modifizierung des Private Label-Modelles ist der Bereich Educational Devices. Hier werden bewährte Technologien und Produkte, unter vergleichbaren Anforderungen an Zuverlässigkeit und Preis-Leistungsverhältnis, speziell an Bedürfnisse im Bildungssektor angepasst und entsprechend konzipierte Geräte vertrieben. MEDION konnte hier im abgelaufenen Geschäftsjahr neuere Kundenbeziehungen festigen und ausbauen.

Digitale Dienstleistungen

Nicht zuletzt wegen des weltweiten Erfolges von Smartphones und Tablet-PCs wird das Geschäft mit digitalen Medien und Inhalten bedeutender für den Consumer-Electronics-Markt. MEDION vermittelt seit mehreren Jahren erfolgreich Telekommunikationsdienstleistungen, betreibt einen Online-Fotoservice und hat mit dem Vertrieb von eigenen Tablet-PCs und Smartphones Zugang zu wichtigen Technologien und Trends für den Ausbau digitaler Dienstleistungen.

Weiterhin hat MEDION aufgrund seiner jahrelangen Kontakte in den Beschaffungs- und Vertriebskanälen vielversprechende Möglichkeiten, die gewonnenen Kunden durch zusätzliche digitale Dienstleistungen zu binden. Beispiele sind die seit 2015 angebotenen Produkte wie Musik-Streaming, E-Books oder auch Gaming, die nicht nur in Deutschland erhältlich sind, oder die in 2016 begonnene digitale Distribution digitaler Gutschein-Codes für Gaming, Telefonie oder Online-Shopping bei verschiedenen Anbietern, welche ebenfalls bereits im In- und Ausland mit überdurchschnittlichen Wachstumsraten vertrieben werden.

Im Bereich des klassischen Online-Handels hat MEDION seine Aktivitäten dahingehend geändert, dass eigene Webshops nur noch für Regionen betrieben werden, die in den für MEDION adressierbaren Markt- und Produktsegmenten ausreichende Volumengrößen ermöglichen. Daneben werden verstärkt Investitionen in sogenannte Marktplatz-Portale sowie den Ausbau der Anbindung des MEDION-Online-Shops an bereits bestehende Kunden-Webshops getätigt oder in, im Sinne einer White-Label-Strategie betriebenen Vertriebsplattformen, die an andere Kunden-Websites angebunden sind, aber durch MEDION betrieben werden. Die langjährige technische und logistische Erfahrung bietet MEDION nachhaltige Geschäftsmöglichkeiten.

Internationaler Kundenservice

Der im Rahmen der zuvor beschriebenen Produkt- und Marktentwicklungen begründete Preisdruck wirkt sich auch auf die Erbringung von Kundendienstleistungen im Rahmen gesetzlicher Gewährleistungen oder auch von Zusatzdiensten aus. Entsprechend hat MEDION schon früh seine

Servicestrukturen angepasst. MEDION ist hier auch in der Lage, für Drittanbieter Service-Dienstleistungen für Produkte zu erbringen, die selbst nicht durch MEDION vertrieben werden.

5.4 Ergänzende Berichterstattungselemente und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

5.4.1 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Personal

Die Anzahl der im MEDION-Konzern zum Bilanzstichtag 31. März 2020 beschäftigten Mitarbeiter hat sich, umgerechnet auf Vollzeitäquivalente, im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert und liegt bei 1.011.

Der Personalaufwand liegt im Berichtsjahr mit € 62,0 Mio. um 3,5 % über dem Vorjahresniveau (€ 59,9 Mio.). Der Anstieg resultiert u.a. aus dem schrittweisen Umbau des Geschäftes und dem hieraus resultierenden veränderten Qualifikationsbedarf von Mitarbeitern.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Veränderung der Mitarbeiterzahlen zum 31. März 2020 gegenüber dem Vorjahresstichtag.

VERÄNDERUNG
MITARBEITER-
KENNZAHLEN
(VOLLZEIT-
ÄQUIVALENTE)

	Anzahl 31.03.2020	Anzahl 31.03.2019	+/- Anzahl	+/- %
Inland				
Sales	347	344	3	0,9
Service	345	348	-3	-0,9
Administration	152	148	4	2,7
	844	840	4	0,5
Ausland				
Sales	90	88	2	2,3
Service	56	63	-7	-11,1
Administration	21	20	1	5,0
	167	171	-4	-2,3
Gesamt				
Sales	437	432	5	1,2
Service	401	411	-10	-2,4
Administration	173	168	5	3,0
	1.011	1.011	0	0,0

Mitarbeiterzufriedenheit

Im Bereich interner Prozesse ist die Mitarbeiterzufriedenheit relevant. Entsprechend wird ein Fluktuationswert von 0,5 % oder darunter angestrebt, bis zu 1 % gilt jedoch noch als akzeptabel. Im abgelaufenen Geschäftsjahr liegt die Fluktuationsrate mit 0,7 % leicht unter dem Vorjahreswert von 0,9 %, aber immer noch im mittleren Zielkorridor (0,5 % bis 1,0 %). Damit konnte der Trend der beiden Vorjahre, in denen die Fluktuationsrate leicht gestiegen war, erfreulicherweise umgekehrt werden.

Kundenservice

Im Rahmen des Kundenservice haben Kennzahlen verschiedener Service-Level eine hohe Relevanz, weil diese sowohl Rückschlüsse auf die Qualität der Serviceprozesse zulassen als auch Indikatoren für Kundenzufriedenheit sein können. Für Servicelevelkennzahlen definiert MEDION eine Quote ab 90 % als sehr gut. Im Bereich der Reparaturdurchlaufzeiten konnten die Werte des Vorjahres (89,8 %) verbessert werden und liegen nun 93,7 % wieder im Zielbereich bei über 90 %. Zurückzuführen war die temporäre Minderung in den Vorjahren auf Sonderthemen im Bereich der Kundendienstleistungen für Lenovo im Zusammenhang mit der dortigen Neuorganisation von Verantwortlichkeiten und Prozessen. Damit korrespondiert die Reduzierung der Reparaturdurchlaufzeiten von 8,0 Tagen in 2016/2017 über 8,7 Tage in 2017/2018 und 6,8 Tage im Vorjahr auf nunmehr nur noch 5,6 Tage, womit diese wieder deutlich im Zielkorridor von weniger als sieben Tagen liegen.

Nach den Sondereffekten im Vorjahr (Kapazitätsausfälle bei einem Dienstleister durch die Grippewelle) konnte die Erreichbarkeit des Callcenters von 87,7 % nun wieder auf 92,4 % erhöht werden und liegt somit wieder über dem Zielwert von 90 %. Lediglich im dritten Geschäftsquartal kommt es grundsätzlich zu Kapazitätsspitzen (Weihnachtsgeschäft) und somit zu temporären Erreichbarkeiten von unter 90 %.

5.4.2 Vergütungsbericht

5.4.2.1 Vorstandsvergütungen

Durch Beschluss des Aufsichtsrates vom 23. Februar 2016 und unter Berücksichtigung der besonderen Umstände des in 2011 erfolgten Erwerbs von MEDION durch Lenovo sind die Vorstandsmitglieder Gerd Brachmann und Christian Eigen mit Wirkung vom 1. Januar 2017 bis zum 31. März 2020 zu Mitgliedern des Vorstandes der Gesellschaft bestellt worden. Die Vorstandsverträge wurden vom 01. April 2020 bis zum 31. März 2023 mit modifizierten Konditionen verlängert.

Gemäß den in diesem Zusammenhang mit den Vorstandsmitgliedern geschlossenen Anstellungsverträgen besteht die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder aus einer Reihe von Vergütungsbestandteilen.

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

Die Vergütung für die Vorstandsmitglieder setzt sich aus erfolgsunabhängigen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Die erfolgsunabhängigen Teile bestehen aus Fixum, Nebenleistungen sowie Pensionszusagen, während die erfolgsbezogenen kurz- und langfristigen Komponenten in eine variable Vergütung einfließen.

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

Die erfolgsabhängige Tantieme für Gerd Brachmann und Christian Eigen besteht aus einem kurzfristigen jährlichen Leistungsbonus und einem langfristigen Leistungsbonus und wird in Bezug auf die Leistung des jeweiligen Vorstandsmitgliedes und die Leistung der Gesellschaft gemäß der Methode des Lenovo-Leistungsbonusplans berechnet.

Der kurzfristige jährliche Leistungsbonus hat ein Jahresziel und wird jährlich bezogen auf einen Geschäftsjahreszyklus gemäß der Methode des Lenovo-Leistungsbonusplans berechnet und ausgezahlt. Diese Methode enthält zwei variable Komponenten, nämlich Ziele und individueller Leistungsmodifikator, die vom Aufsichtsrat festgelegt werden. Der Aufsichtsrat legt die Ziele zu Beginn eines jeden Geschäftsjahres und den individuellen Leistungsmodifikator am Ende eines jeden Geschäftsjahres fest. Der tatsächlich gezahlte Bonus kann in Abhängigkeit von den variablen Komponenten erhöht oder gesenkt werden, wobei die maximale Erhöhung bei 300 % des Zielbetrages gedeckelt ist.

Der langfristige Leistungsbonus verwendet ein Jahresziel und wird während der Laufzeit des Anstellungsvertrages zweimal berechnet. Der erste langfristige Bonuszeitraum erstreckt sich über 27 Monate (27 Monate vom 1. Januar 2017 bis zum 31. März 2019) und wurde nach der Beschlussfassung darüber im Aufsichtsrat im Juni 2019 ausgezahlt. Der zweite langfristige Bonuszeitraum erstreckt sich über 12 Monate (12 Monate vom 1. April 2019 bis zum 31. März 2020). Die tatsächliche Bonuszahlung wird ebenfalls unter Verwendung der Methode des Lenovo-Leistungsbonusplans berechnet. Diese Methode enthält zwei vom Aufsichtsrat festgelegte variable Komponenten, nämlich Ziele und individueller Leistungsmodifikator. Der Aufsichtsrat legt die Ziele zu Beginn eines jeden Zeitraums und den individuellen Leistungsmodifikator am Ende eines jeden Zeitraums fest. Der tatsächlich gezahlte Bonus kann in Abhängigkeit von den variablen Komponenten erhöht oder gesenkt werden, wobei die maximale Erhöhung bei 300 % des Zielbetrages gedeckelt ist. Bei der Ermittlung der Vorstandsvergütung nach HGB werden die jährlichen Vorauszahlungen aus dem langfristigen Bonus nicht einbezogen.

Überdies erhält Christian Eigen eine zusätzliche variable Vergütung für die Übernahme von Sonderaufgaben im Lenovo-Konzern, die sich ebenfalls aus einem kurzfristigen Bonus und einem langfristigen jährlichen Bonus zusammensetzt.

Die Vorstandsmitglieder haben Anspruch auf jährliche Zuteilungen von Kapitalbeteiligungen im Rahmen des so genannten Lenovo Long Term Incentive Program (LTI). Aufgrund der Übernahme zusätzlicher Funktionen in den internationalen Gremien der Lenovo-Gruppe werden die Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung für den MEDION-Vorstand in Form von Aktien und Optionsrechten auf Aktien der börsennotierten Lenovo-Gruppe direkt von dieser geleistet.

Da MEDION auf die Errechnung der Zuteilung der Lenovo-Kapitalbeteiligungen keinen Einfluss hat und die entsprechenden Parameter allein von Lenovo aufgrund der Tätigkeit des MEDION-Vorstandes für Lenovo und des dementsprechenden Erfolgs ermittelt werden, wurde im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat seit dem Berichtsjahr 2014/2015 kein entsprechender Aufwand mehr gebucht. Lenovo hat auch für die zurückliegenden Geschäftsjahre die entsprechenden Kapitalbeteiligungen direkt an den MEDION-Vorstand geleistet und erklärt, dies auch zukünftig tun zu wollen.

Zusammengefasster Lagebericht der MEDION AG

Gerd Brachmann | Vorstandsvorsitzender

Zuwendungen für bzw. im GJ 2019/2020 Werte in €	2018/2019	2019/2020	2019/2020 (min)	2019/2020 (max)
Festvergütung	592.800	616.512	616.512	616.512
Nebenleistungen	29.108	46.417	46.417	46.417
Summe Fixvergütungen	621.908	662.929	662.929	662.929
einjährige variable Vergütung	168.000	168.000	-	504.000
zusätzliche einjährige variable Vergütung	-	-	-	-
mehnjährige variable Vergütung	192.000	192.000	-	576.000
zusätzliche mehrjährige variable Vergütung	-	-	-	-
Summe variable Vergütungen	360.000	360.000	-	1.080.000
Zwischensumme	981.908	1.022.929	662.929	1.742.929
Versorgungsaufwand*	308.398	-203.672	-203.672	-203.672
Gesamtvergütung	1.290.306	819.257	459.257	1.539.257

* Dienstzeitaufwand gemäß IAS 19

Christian Eigen | stellvertretender Vorstandsvorsitzender

Zuwendungen für bzw. im GJ 2019/2020 Werte in €	2018/2019	2019/2020	2019/2020 (min)	2019/2020 (max)
Festvergütung	494.000	513.760	513.760	513.760
Nebenleistungen	47.435	47.552	47.552	47.552
Summe Fixvergütungen	541.435	561.312	561.312	561.312
einjährige variable Vergütung	138.000	138.000	-	414.000
zusätzliche einjährige variable Vergütung	20.000	20.000	-	60.000
mehnjährige variable Vergütung	162.000	162.000	-	486.000
zusätzliche mehrjährige variable Vergütung	5.000	5.000	-	15.000
Summe variable Vergütungen	325.000	325.000	-	975.000
Zwischensumme	866.435	886.312	561.312	1.536.312
Versorgungsaufwand*	150.716	172.532	172.532	172.532
Gesamtvergütung	1.017.151	1.058.844	733.844	1.708.844

* Dienstzeitaufwand gemäß IAS 19

Zusammengefasster Lagebericht der MEDION AG

Zuflüsse für bzw. im GJ 2019/2020 Werte in €	Gerd Brachmann Vorstandsvorsitzender		Christian Eigen stellvertretender Vorstandsvor- sitzender	
	2018/2019	2019/2020	2018/2019	2019/2020
Festvergütung	592.800	616.512	494.000	513.760
Nebenleistungen	32.934	46.417	47.435	47.552
Summe Fixvergütungen	625.734	662.929	541.435	561.312
einjährige variable Vergütung	294.000	294.000	241.500	241.500
zusätzliche einjährige Vergütung	-	-	35.000	35.000
mehrfährige variable Vergütung				
Langfristiger Leistungsbonus für den Bonus- zeitraum 01.04.2019-31.03.2020	-	336.000		283.500
zusätzlicher Langfristiger Leistungsbonus für den Bonuszeitraum 01.04.2019-31.03.2020	-	-	-	8.750
Langfristiger Leistungsbonus für den Bonus- zeitraum 01.01.2017-31.03.2019	386.400	153.600	326025	129.600
zusätzlicher Langfristiger Leistungsbonus für den Bonuszeitraum 01.01.2017-31.03.2019	-	-	9.500	4.000
Summe (erfolgsbezogene Vergütung)	680.400	783.600	612.025	702.350
Gesamtbezüge (i.S.v. §314 Abs. 1 Nr. 6a HGB)	1.306.134	1.446.529	1.153.460	1.263.662
Versorgungsaufwand*	308.398	-203.672	150.716	172.532
Gesamtvergütung (DCGK II)	1.614.532	1.242.857	1.304.176	1.436.194

* Dienstzeitaufwand gemäß IAS 19

Die individuellen Pensionsrückstellungen betragen nach IFRS für Herrn Brachmann T€ 6.769 (Vorjahr: T€ 6.985) und Herrn Eigen T€ 4.179 (Vorjahr: T€ 4.051) sowie nach HGB für Herrn Brachmann T€ 6.072 (Vorjahr: T€ 5.724) und Herrn Eigen T€ 3.577 (Vorjahr: T€ 3.031). Die Veränderung der Pensionsrückstellungen beläuft sich im Geschäftsjahr nach IFRS für Herrn Brachmann auf T€ -216 und für Herrn Eigen auf T€ 128 sowie nach HGB für Herrn Brachmann auf T€ 348 und für Herrn Eigen auf T€ 546.

Die Gesellschaft verpflichtet sich zur Zahlung von Ruhegeld und Hinterbliebenenversorgung nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen. Das jeweilige Vorstandsmitglied hat aufgrund einer unverfallbaren Anwartschaft Anspruch auf eine lebenslängliche Pension, wenn es nach Vollendung des 60. Lebensjahres oder infolge dauernder Dienstunfähigkeit und wegen Beendigung des Anstellungsverhältnisses bei der Gesellschaft ausscheidet.

Das monatliche Ruhegeld beträgt 30 % des im Durchschnitt der letzten drei Jahre des Anstellungsvertrages vor Beginn des Ruhestandes bezogenen festen Monatsgehaltes und erhöht sich

für jedes vollendete Dienstjahr, gerechnet ab dem 17. September 1998, als Vorstandsmitglied der Gesellschaft um 20/27 % dieses Monatsgehaltes bis zu einer für die Vorstandsmitglieder individuell festgelegten maximalen Höhe.

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

5.4.2.2 Aufsichtsratsvergütungen

Aufsichtsratsvergütungen sind in § 11 der Satzung geregelt. Sie orientieren sich an den Aufgaben und der Verantwortung der Aufsichtsratsmitglieder.

Durch Beschlussfassung der außerordentlichen Hauptversammlung vom 14. Dezember 2011 wurde die Vergütung des Aufsichtsrates auf T€ 120 für den Vorsitzenden des Aufsichtsrates und auf T€ 50 für die weiteren Mitglieder des Aufsichtsrates festgesetzt. Die Vergütung ist zahlbar nach Feststellung des Jahresabschlusses. Aufsichtsratsmitglieder, die dem Aufsichtsrat nicht während eines vollen Geschäftsjahres angehört haben, erhalten die Vergütung entsprechend der Dauer ihrer Aufsichtsratszugehörigkeit.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 2019/2020 T€ 120 (Vorjahr: T€ 120). Davon entfallen auf Herrn Dr. Stützle T€ 120, wobei die anderen Aufsichtsratsmitglieder aufgrund einer Vereinbarung zwischen MEDION und Lenovo auf ihre Vergütung verzichtet haben.

GJ 2019/2020 Werte in €	Dr. Rudolf Stützle Vorsitzender	Wai Ming Wong Stellv. Vorsitzender	Gianfranco Lanci Mitglied	Gesamt
Vergütung	120.000,00	0,00	0,00	0,00
Gesamtsumme	120.000,00	0,00	0,00	0,00

GJ 2018/2019 Werte in €	Dr. Rudolf Stützle Vorsitzender	Wai Ming Wong Stellv. Vorsitzender	Gianfranco Lanci Mitglied	Gesamt
Vergütung	120.000,00	0,00	0,00	120.000,00
Gesamtsumme	120.000,00	0,00	0,00	120.000,00

Darüber hinaus haben Aufsichtsratsmitglieder im Berichtsjahr keine weiteren Vergütungen bzw. Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, erhalten. Da die Mitglieder des Aufsichtsrates Waiming Wong und Gianfranco Lanci auf ihre satzungsmäßigen Bezüge verzichtet haben, hat die Gesellschaft die Prämien für eine D&O-

Versicherung übernommen. Kredite oder Vorschüsse wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Berichtsjahr nicht gewährt.

5.4.3 Sonstige Angaben gemäß §§ 289a und 315a HGB

1. Das € 48.418.400,00 betragende Grundkapital der MEDION AG ist in die entsprechende Anzahl auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt eine Stimme. Es bestehen keine Vorzugsrechte oder andere besondere Rechte.
2. Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder der Übertragbarkeit der Aktien bestehen nach der Satzung der Gesellschaft nicht und sind darüber hinaus auch nicht bekannt.
3. Am Kapital der MEDION AG ist Lenovo seit 2011 mehrheitlich beteiligt. Die Lenovo Germany Holding GmbH, Am Zehnthof 77 in 45307 Essen, eine Tochtergesellschaft der börsennotierten Lenovo, Hong Kong, hält als Mehrheitsaktionärin der MEDION AG zum 31. März 2020 eine Gesamtzahl von 38.659.580 Aktien (79,85 %) zuzüglich 3.736.970 Stück (7,72 %) der von der MEDION AG gehaltenen eigenen Aktien, die Lenovo zuzurechnen sind. Der MEDION AG sind im Geschäftsjahr 2019/2020 folgende Stimmrechtsmitteilungen zugegangen: Am 25. Juli 2019 Meldungen über den Stimmrechtsbesitz von Herrn Paul E. Singer / Elliott International Limited (5,11 %), am 25. Juli 2019 von Herrn Paul E. Singer (4,996 %), am 26. Juli 2019 von Elliott International Limited eine Korrekturmitteilung (4,90 %) am 26. November 2019 von Herrn Paul E. Singer (4,22 %) und anschließend von Herrn Paul E. Singer am 06.01.2020 eine Meldung über 4,14 % Stimmrechtsanteil an der MEDION AG.
4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind Aktionären nicht eingeräumt.
5. Es gibt keine vom Gesetz abweichenden Regelungen zur Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital der Gesellschaft beteiligt sind.
6. Die Satzung der MEDION AG legt in § 6 Ziff. 1 und 2 fest, dass der Vorstand der Gesellschaft aus mindestens zwei Personen zu bestehen hat und die Bestellung der ordentlichen Vorstandsmitglieder sowie eventueller stellvertretender Vorstandsmitglieder, der Abschluss der Anstellungsverträge sowie der Widerruf der Bestellung und die Ernennung eines Vorstandsvorsitzenden durch den Aufsichtsrat erfolgen. Darüber hinaus enthält die Satzung keine Regelungen zur Bestellung und zum Widerruf der Bestellung von Mitgliedern des Vorstandes sowie zum Abschluss und zur Beendigung von Anstellungsverträgen, so dass die Vorschriften der §§ 84, 85 AktG maßgeblich sind. Einschlägig für Satzungsänderungen der MEDION AG sind die Bestimmungen des § 10 Ziff. 7 und des § 15 Ziff. 4 und 5 der Satzung in Verbindung mit den §§ 179 ff. AktG.
7. Es gibt keine Befugnisse des Vorstandes, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen.
8. Bei der MEDION AG gibt es keine Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen.

9. Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit den Mitgliedern des Vorstandes oder den Arbeitnehmern ebenfalls nicht getroffen worden.

5.4.4 Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB (ungeprüft¹⁵)

Die nachfolgende Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f und § 315d HGB gibt die aktuelle Entsprechenserklärung des Vorstandes und des Aufsichtsrates der MEDION AG gemäß § 161 AktG wieder und enthält eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und besonderen Qualifikationen des Aufsichtsrates. Ferner enthält die Erklärung zur Unternehmensführung Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken und Erläuterungen zum Diversitätskonzept von MEDION. Darüber hinausgehende Informationen zur Corporate Governance im Unternehmen sind in dieser Erklärung enthalten.

Grundsätze

Die Unternehmensführung von MEDION – als börsennotierte deutsche Aktiengesellschaft – wird in erster Linie durch das Aktiengesetz und daneben durch die Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner jeweils aktuellen Fassung bestimmt. Corporate Governance - das Handeln nach den Prinzipien verantwortungsvoller an nachhaltiger Wertschöpfung orientierter Unternehmensführung – ist für MEDION ein umfassender Anspruch, der alle Bereiche des Unternehmens einbezieht. Transparente Berichterstattung und Unternehmenskommunikation, eine an den Interessen aller relevanten Akteure ausgerichtete Unternehmensführung, die vertrauensvolle Zusammenarbeit sowohl von Vorstand und Aufsichtsrat als auch der Mitarbeiter untereinander sowie die Einhaltung geltenden Rechts sind wesentliche Eckpfeiler der Unternehmenskultur. MEDION hat daher alle notwendigen organisatorischen Maßnahmen getroffen, um nicht nur den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen, sondern darüber hinaus auch eine verantwortungsvolle, transparente und der nachhaltigen Wertentwicklung verpflichtete Unternehmensführung zu gewährleisten.

Ein wesentliches Element der Corporate Governance deutscher Aktiengesellschaften ist die Trennung von Unternehmensführung und Unternehmenskontrolle. Entsprechend den gesetzlichen Vorschriften unterliegt MEDION dem sogenannten dualen Führungssystem. Dieses ist durch eine strikte personelle Trennung zwischen dem Vorstand als Leitungsorgan und dem Aufsichtsrat als Überwachungsorgan gekennzeichnet. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten dabei im Unternehmensinteresse eng zusammen. Der Vorstand leitet das Unternehmen mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung in eigener Verantwortung. Dabei gilt der Grundsatz der Gesamtverantwortung, das heißt, die Mitglieder des Vorstandes tragen gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung. Die MEDION AG mit Sitz in Essen hat einen zweiköpfigen Vorstand und einen dreiköpfigen Aufsichtsrat.

Vorstand

Der Vorstand der MEDION AG besteht seit dem 1. Oktober 2009 aus zwei Personen. Der Vorstand führt den MEDION-Konzern in eigener Verantwortung. Die Mitglieder des Vorstandes sind an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Der Vorstandsvorsitzende koordiniert die Arbeit des Vorstandes. Zu den wesentlichen

¹⁵ Die mit dem Wort „ungeprüft“ gekennzeichneten Abschnitte wurden vom Abschlussprüfer inhaltlich nicht geprüft.

Führungsaufgaben des Vorstandes zählen die Festlegung der Unternehmensziele und der strategischen Ausrichtung des Konzerns, dessen Steuerung und Überwachung sowie die Unternehmensplanung. Darüber hinaus sichert der Vorstand die Verfügbarkeit von Investitionsmitteln, entscheidet über deren Vergabe innerhalb des Konzerns und ist verantwortlich für die Gewinnung und Förderung hoch qualifizierter Führungskräfte. Die Grundsätze der Zusammenarbeit des Vorstandes von MEDION sind in der Geschäftsordnung des Vorstandes zusammengefasst. Diese regelt insbesondere die Ressortzuständigkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder, die der Zustimmung des Aufsichtsrates vorbehaltenen Angelegenheiten, die Beschlussfassung sowie die Rechte und Pflichten des Vorsitzenden des Vorstandes. Die Altersgrenze für die Mitglieder des Vorstandes beträgt 65 Jahre.

Den spezifischen Anforderungen des Geschäftsmodells der MEDION AG trägt die seit der Unternehmensgründung bzw. dem Börsengang und insbesondere auch nach der Mehrheitsübernahme durch Lenovo in weiten Teilen unverändert gebliebene Vorstands- und Führungsstruktur des Unternehmens Rechnung. Beide Vorstandsmitglieder verantworten operative Bereiche, in denen die wesentlichen Geschäftsprozesse bei Einkauf, Logistik, Vertrieb, Finanzplanung und Controlling sowie die direkte Führung von wesentlichen Unternehmensfunktionen wie Informationstechnik, Personal und Strategie enthalten sind. Die sogenannte erste Führungsebene im Unternehmen ist dem Vorstand über Zielvorgaben und Berichtspflichten direkt verantwortlich.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für den MEDION-Konzern wesentlichen Aspekte der Geschäftsentwicklung, bedeutende Geschäftsvorfälle sowie die aktuelle Ertragssituation einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von früher aufgestellten Planungen und Zielen werden ausführlich erläutert und begründet. Außerdem berichtet der Vorstand regelmäßig über das Thema Compliance, also die Maßnahmen zur Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und unternehmensinterner Richtlinien, das gleichfalls im Verantwortungsbereich des Vorstandes liegt.

Funktionsfähige Kontrollsysteme sind wesentlicher Bestandteil der Geschäftsprozesse bei MEDION. Dazu gehört ein konzernweites Risikomanagementsystem, das Funktionen, Prozesse, potentielle Ergebnisbelastungen und unternehmensspezifische Risiken erfasst.

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

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

MEDION hat eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (sogenannte D&O-Versicherung) mit einem angemessenen Selbstbehalt für den Aufsichtsrat und die Vorstandsmitglieder der MEDION AG abgeschlossen. Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber

unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf. Kein Mitglied des Aufsichtsrates der MEDION AG ist ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft.

Seit dem Jahr 2012 ist ein mit dem Mehrheitsaktionär Lenovo abgeschlossener Unternehmensvertrag wirksam, der seit dem 1. Januar 2012 eine Beherrschung und seit dem 1. April 2012 eine Gewinnabführung bzw. Verlustausgleichsverpflichtung vorsieht. Der Mehrheitsaktionär ist dadurch berechtigt, dem Vorstand der MEDION AG hinsichtlich der Leitung der Gesellschaft allgemeine oder auf Einzelfälle bezogene Weisungen zu erteilen. Der Vorstand hat sich eine Geschäftsordnung gegeben, die vom Aufsichtsrat gebilligt worden ist. In dem Geschäftsverteilungsplan sind die individuellen Aufgaben- und Verantwortungsbereiche des Vorstandes festgelegt. Außerdem gibt es Regelungen zur Altersgrenze und strenge Wettbewerbsverbote für die Zeit nach dem Ausscheiden aus dem Vorstand. Bei Erstbestellung ist die maximal mögliche Bestelldauer von fünf Jahren nicht die Regel. Der Aufsichtsrat berät über die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand und überprüft diese regelmäßig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat unter Einbeziehung etwaiger Konzernbezüge in angemessener Höhe auf der Grundlage einer individuellen Leistungsbeurteilung festgelegt.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates informiert die Aktionäre auf der Hauptversammlung über die Grundzüge des Vergütungssystems und anschließend über deren Veränderung. Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Vorstandes erfolgt im Konzernanhang. Diese wird separat individualisiert nach den Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex dargestellt nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung sowie unterteilt nach Zuwendungen und Zuflüssen. Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Vorstandes ist auf den folgenden Seiten 82 - 86 im Lagebericht und zusammengefassten Konzernlagebericht abgedruckt.

Der Aufsichtsrat

Der auf der Hauptversammlung am 1. Oktober 2015 wiedergewählte Aufsichtsrat der MEDION AG besteht aus drei Personen. Er berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des MEDION-Konzerns. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für den MEDION-Konzern wird er eingebunden. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Aufsichtsrates nach außen wahr.

Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes und sorgt dabei gemeinsam mit dem Vorstand für eine langfristige Nachfolgeplanung. Wesentliche Elemente der Nachfolgeplanung sind die Ausrichtung an den speziellen Erfordernissen des Geschäftsmodells von MEDION und die Gewährleistung einer kontinuierlichen Vorstandsarbeit. Daher sollen freiwerdende Vorstandspositionen zunächst grundsätzlich von einer geeigneten Kandidatin odern einem Kandidaten aus dem Unternehmen besetzt werden und es sollen die beiden Vorstandsmandate nicht gleichzeitig sondern mit mindestens 24 Monaten Zeitversatz neu besetzt werden. Darüber hinaus muss eine durch die bisherige Tätigkeit belegbare besondere Kompetenz zur Mitarbeit in internationalen Konzernstrukturen bestehen und nach Möglichkeit auch Führungserfahrung in einer börsennotierten Aktiengesellschaft gegeben sein.

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

bei der Leitung des Unternehmens und überwacht seine Tätigkeit. Er bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes, beschließt das Vergütungssystem für die Vorstandsmitglieder und setzt deren jeweilige Gesamtvergütung fest. Er wird in alle Entscheidungen eingebunden, die für MEDION von grundlegender Bedeutung sind. Der Aufsichtsrat von MEDION besteht aus drei Mitgliedern.

Schließlich enthalten die Satzung der MEDION AG sowie die Geschäftsordnung des Aufsichtsrates einen Katalog von Geschäften, für die der Vorstand der Zustimmung des Aufsichtsrates bedarf. Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Kein Mitglied des Aufsichtsrates von MEDION ist ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft. Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Aufsichtsrates erfolgt im Konzernanhang. Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Aufsichtsrates ist auf der folgenden Seiten 86 - 87 abgedruckt.

Interessenkonflikte, insbesondere solche, die aufgrund einer Beratungs- oder Organfunktion bei Kunden, Lieferanten, Kreditgebern oder sonstigen Geschäftspartnern entstehen können, sind von jedem Aufsichtsratsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber offenzulegen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind keinerlei Interessenkonflikte aufgetreten. Sollten wesentliche und nicht nur vorübergehende Interessenkonflikte in der Person eines Aufsichtsratsmitgliedes auftreten, führen diese zu einer Beendigung des Mandates. Der Aufsichtsrat hat bei der turnusgemäßen Effizienzprüfung festgestellt, dass der Aufsichtsrat effizient organisiert ist und dass das Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat sehr gut funktioniert.

Diversitätskonzept von Vorstand und Aufsichtsrat

Gemäß § 76 Abs. 4 und § 111 Abs. 5 AktG haben Aufsichtsrat und Vorstand erstmals im Kalenderjahr 2015 Zielgrößen für den Frauenanteil in Führungspositionen und Fristen zur Erreichung dieser Zielgrößen beschlossen. Für die MEDION AG gilt danach die Verpflichtung als börsennotiertes Unternehmen, Zielgrößen zum Frauenanteil und Fristen zu deren Erreichung in Aufsichtsrat, Vorstand und den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands festzulegen. Die festzulegende Frist bis zur Erreichung dieser ersten Zielmarke lief bis zum 30. Juni 2017. Die MEDION AG hat veröffentlicht, dass zum 30. Juni 2020 aufgrund der besonderen Struktur der Gesellschaft im Vorstand und Aufsichtsrat keine Frauen vertreten sein werden und der Frauenanteil auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstandes 23 % und auf der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstandes 29 % betragen soll. Im Geschäftsjahr 2019/2020 wurden diese Zielgrößen erreicht. Seitdem gelten diese Zielgrößen unverändert weiter.

Die Zusammensetzung des Vorstandes ist seit dem Börsengang unverändert und danach ausgerichtet, dass das besondere Geschäftsmodell im Interesse aller Stakeholder der Gesellschaft erfolgreich umgesetzt wird. Bisher bestand keine Veranlassung, diese Zusammensetzung nach anderen Kriterien auszurichten. Damit gab es im Geschäftsjahr 2019/2020 und voraussichtlich auch im Geschäftsjahr 2020/2021 keine Möglichkeit, einen Frauenanteil im Vorstand zu berücksichtigen. MEDION nimmt aktiv an dem weltweiten Diversity Programm von Lenovo teil.

Der Aufsichtsrat soll nach dem Diversitätskonzept so besetzt sein, dass seine Mitglieder insgesamt über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der Aufgaben erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen verfügen. Insbesondere sollen die Aufsichtsratsmitglieder für die Wahrnehmung des Mandates ausreichend Zeit haben. Die Besetzung des Aufsichtsrates soll eine

qualifizierte Kontrolle und Beratung des Vorstandes durch den Aufsichtsrat sicherstellen. Dabei soll insbesondere auch auf die Integrität, Persönlichkeit, Leistungsbereitschaft, internationale Erfahrung und Professionalität der zur Wahl vorgeschlagenen Personen geachtet werden. Ziel ist es, dass im Aufsichtsrat insgesamt sämtliche Kenntnisse und Erfahrungen vorhanden sind, die Angesichts der unternehmerischen Aktivitäten und zukünftigen Ausrichtung von MEDION als wesentlich erachtet werden. Im Aufsichtsrat sind im Geschäftsjahr 2019/2020 weiterhin keine Frauen vertreten, da der nur mit drei Personen besetzte Aufsichtsrat seit 2011 unverändert besteht, um in dem herausfordernden Marktumfeld eine kontinuierliche und effektive Arbeit zu gewährleisten.

Bei MEDION besteht der Aufsichtsrat mit Herrn Dr. Rudolf Stützle seit dem Börsengang 1999 aus einem ausgewiesenen Kenner des internationalen Handels und der Finanzmärkte, der über 30 Jahre Leitungsfunktionen in einer internationalen Bank wahrgenommen hat, als unabhängiges Mitglied in der Person des Vorsitzenden des Aufsichtsrates. Vom Mehrheitsaktionär Lenovo sind seit Dezember 2011 zwei Mitglieder des Lenovo Executive Committee im Aufsichtsrat vertreten. Dabei vertritt seit 2011 der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates, Herr Wai Ming Wong, den Finanzbereich und die internationale Expansionsstrategie von Lenovo. Des Weiteren ist Herr Gianfranco Lanci seit dem 19. Dezember 2013 Mitglied des Aufsichtsrates. Herr Gianfranco Lanci ist im Lenovo Executive Committee als Corporate President und Chief Operating Officer unter anderem für die größte Produktparte PC (Personal Computer) und für wesentliche Auslandsmärkte zuständig. Alle Mitglieder des Aufsichtsrates wurden in der Hauptversammlung am 1. Oktober 2015 für die in § 8 Abs. 2 der Satzung bestimmte Amtszeit wiedergewählt.

Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sind nach der seit dem 3. Juli 2016 geltenden europäischen Marktmissbrauchsverordnung (MAR) gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der MEDION AG offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahestehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahres getätigten Geschäfte die Summe von € 5.000 erreicht oder übersteigt. Der Aufsichtsrat der MEDION AG hielt zum 31. März 2020 unverändert zum Vorjahresstichtag keine Aktien. Zum Stichtag 31. März 2020 hielt der Vorstand unverändert zum Vorjahresstichtag keine Aktien. Veröffentlichungspflichtige Geschäfte werden auf der Website des Unternehmens unter www.medion.com im Bereich Investor Relations veröffentlicht.

Corporate Governance

Der Deutsche Corporate Governance Kodex besteht aus drei verschiedenen Elementen. Zum einen beschreibt er gesetzliche Vorschriften zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften (Unternehmensführung), die im Wesentlichen im Aktiengesetz geregelt sind. Als weitere Elemente enthält er international und nationale anerkannter Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung, in Form von Empfehlungen und Anregungen. Die Empfehlungen werden im Text des Kodex mit "soll" und die Anregungen mit "sollte" gekennzeichnet.

Der Kodex besitzt über die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG eine gesetzliche Grundlage. Danach sind im Gegensatz zu gesetzlichen Vorschriften die Empfehlungen und Anregungen zwar nicht verbindlich, allerdings sind Abweichungen zu den Empfehlungen zu begründen und mit der jährlich abzugebenden Entsprechenserklärung zu veröffentlichen - „Comply or Explain“. Neben der Formulierung der aktuellen Best Practice der Unternehmensführung hat der Kodex zum Ziel, das

deutsche Corporate Governance System transparent und nachvollziehbar zu machen. Er will das Vertrauen der internationalen und nationalen Anleger, der Kunden, der Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in die Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften fördern.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex beinhaltet international und national anerkannte Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung in Form von Empfehlungen und Anregungen. Ziel ist, die in Deutschland geltenden Regeln für die Unternehmensleitung und -überwachung transparenter und besser nachvollziehbar zu gestalten. Die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex hat am 7. Februar 2017 die für die aktuelle Erklärung von MEDION relevante letzte Aktualisierung des Kodex beschlossen, die am 24. April 2017 im Bundesanzeiger veröffentlicht wurde.

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der MEDION AG zu den Empfehlungen der "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" gemäß § 161 AktG

Die MEDION AG hat den vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der "Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex" in der Fassung vom 7. Februar 2017, veröffentlicht im Bundesanzeiger am 24. April 2017, seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung zum 23. November 2018 unverändert mit nachstehend erwähnten Abweichungen zu den Kodexziffern 5.3.1, 5.3.2, 5.3.3 und 5.4.1 entsprochen und wird weiterhin entsprechen.

Kodex-Ziffern 5.3.1/5.3.2/5.3.3

Der aus drei Mitgliedern bestehende Aufsichtsrat der MEDION AG bildet aufgrund der Größe des Aufsichtsrats keine Ausschüsse.

Kodex-Ziffer 5.4.1

Der Aufsichtsrat hat keine Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat festgelegt. Die Eignung zur Ausübung der Aufsichtsrats Tätigkeit hängt nach unserer Überzeugung insbesondere von den spezifischen Bedürfnissen der Gesellschaft und den individuellen Fähigkeiten der Mitglieder des Aufsichtsrats ab.

Die Festlegung einer Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer zum Aufsichtsrat halten wir nicht für sinnvoll, da der MEDION AG auch die besonderen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen ihrer Aufsichtsratsmitglieder zur Verfügung stehen sollen.

Essen, 28. November 2019

MEDION AG

Für den Aufsichtsrat: Dr. Rudolf Stütze

Für den Vorstand: Gerd Brachmann

Umsetzung der Anregungen

Neben den Empfehlungen enthält der Kodex eine Reihe von Anregungen für eine gute und verantwortungsbewusste Corporate Governance und Unternehmensführung, deren Einhaltung nach den gesetzlichen Bestimmungen nicht offengelegt werden muss. MEDION erfüllt sämtliche Anregungen bis auf Kodex-Ziffer 2.2.1, nach der die Hauptversammlung über die Billigung des Systems der Vergütung der Vorstandsmitglieder beschließen kann. Aufgrund der besonderen Eigentümerstruktur bei MEDION wurde eine entsprechende Beschlussfassung bisher nicht vorgesehen. Außerdem erfolgt keine Übertragung der Hauptversammlung im Internet (Kodex-Ziffer 2.3.3). Des Weiteren besteht für Dritte nicht die Möglichkeit, geschützt Hinweise auf Rechtsverstöße bei MEDION zu geben (Kodex-Ziffer 4.1.3).

Frühere, nicht mehr aktuelle Entsprechenserklärungen von MEDION sind auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht. Mit Veröffentlichung im Bundesanzeiger am 20. März 2020 bildet der neue Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 16. Dezember 2019 von nun an die Grundlage für die zukünftig zu fassenden Entsprechenserklärungen.

Börsennotierung, Hauptversammlung und Internet-Informationen

Die Aktie der MEDION AG ist börsennotiert. Durch Beschluss der Frankfurter Wertpapierbörse vom 19. März 2012 wurde die Zulassung der MEDION-Aktie zum Teilbereich des regulierten Marktes mit weiteren Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard) widerrufen. Der Widerruf wurde mit Ablauf des 19. Juni 2012 wirksam. Die Aufnahme des Handels der Aktien im regulierten Markt (General Standard) erfolgte ab dem 20. Juni 2012. Die Aktionäre der MEDION AG nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung der Gesellschaft wahr, in der der Vorsitzende des Aufsichtsrates den Vorsitz führt. In der jährlichen Hauptversammlung haben die Aktionäre die Möglichkeit, ihr Stimmrecht selbst auszuüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben zu lassen. Weisungen zur Stimmrechtsausübung an diesen Stimmrechtsvertreter konnten im Geschäftsjahr 2019/2020 vor und während der Hauptversammlung am 31. Oktober 2019 bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Auch während der kommenden Hauptversammlung am 24. November 2020 in Essen werden die Aktionäre diese Möglichkeit haben. Sämtliche Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung sind auf der MEDION-Webseite verfügbar. Direkt im Anschluss an die Hauptversammlung werden die Präsenz und die Abstimmungsergebnisse im Internet veröffentlicht. Bei der MEDION AG ist das Anmelde- und Legitimationsverfahren zur Hauptversammlung auf den international üblichen sogenannten Record Date umgestellt und dadurch vereinfacht worden.

Bei MEDION gilt der 21. Tag vor der Hauptversammlung als maßgeblicher Stichtag für die Legitimation und Anmeldung der Aktionäre. Somit erhöht MEDION insbesondere für ihre ausländischen Aktionäre den Anreiz, an der Hauptversammlung teilzunehmen und von ihrem Stimmrecht Gebrauch zu machen. Bei der Einladung zur Hauptversammlung werden die Anforderungen hinsichtlich der Angaben zur Vollmachtserteilung und zum stimmberechtigten Aktienbesitz sowie zum Teilnahmerecht umgesetzt. Zur Teilnahme an der Hauptversammlung, zur Ausübung des Stimmrechts und zur Stellung von Anträgen sind nur diejenigen Aktionäre berechtigt, die sich rechtzeitig vor der Hauptversammlung anmelden. Die Anmeldung muss der Gesellschaft oder einer in der Einladung zur Hauptversammlung bezeichneten Stelle mindestens sechs Tage vor der Versammlung zugehen. Der Tag der Versammlung und der Tag des Zugangs sind nicht mitzurechnen.

Die Aktionäre haben in der jährlichen Hauptversammlung die Möglichkeit, ihre Rechte wahrzunehmen und dort ihr Stimmrecht auszuüben. Das Stimmrecht kann von den Aktionären entweder selbst oder durch einen von ihnen gewählten Bevollmächtigten oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausgeübt werden. Die Hauptversammlung beschließt u.a. über die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Wahl des Abschlussprüfers. Auch Satzungsänderungen und kapitalverändernde Maßnahmen werden von der Hauptversammlung beschlossen. Eine Beschlussfassung über die Gewinnverwendung findet während der Wirksamkeit des Gewinnabführungsvertrages mit der Lenovo Germany Holding GmbH nicht statt.

Kommunikation

Über wesentliche Termine werden die Aktionäre regelmäßig durch einen Finanzkalender unterrichtet, der im Geschäftsbericht sowie auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht ist. Die Unternehmenskommunikation und die Investor-Relations-Aktivitäten der Gesellschaft folgen dem Ziel, allen Zielgruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Zur Gewährung größtmöglicher Transparenz werden Aktionäre, alle Teilnehmer am Kapitalmarkt, Finanzanalysten, Aktionärsvereinigungen sowie die Medien zeitnah und regelmäßig über den Geschäftsverlauf informiert. Zu diesem Zweck wird insbesondere das Internet genutzt. Hier werden unter anderem Geschäfts- und Zwischenberichte sowie Ad-hoc- und sonstige Meldungen in deutscher Sprache bereitgestellt. Die Termine der regelmäßigen Finanzberichterstattung sind im Finanzkalender zusammengefasst. Da die MEDION AG nicht zu Quartalsmitteilungen verpflichtet ist, informiert sie unterjährig neben dem Halbjahresfinanzbericht in geeigneter Form über die Geschäftsentwicklung, insbesondere über wesentliche Veränderungen der Geschäftsaussichten sowie der Risikosituation.

Unverzüglich nach Kenntnisnahme, dass jemand durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30, 50 oder 75 % der Stimmrechte an der MEDION AG erreicht, über- oder unterschreitet, veröffentlicht der Vorstand eine entsprechende Meldung. Der MEDION AG sind im Geschäftsjahr 2019/2020 folgende Stimmrechtsmitteilungen zugegangen: Am 25. Juli 2019 Meldungen über den Stimmrechtsbesitz von Herrn Paul E. Singer / Elliott International Limited (5,11%), am 25. Juli 2019 von Herrn Paul E. Singer (4,996%), am 26. Juli 2019 von Elliott International Limited eine Korrekturmitteilung (4,90 %) am 26. November 2019 von Herrn Paul E. Singer (4,22 %) und anschließend von Herrn Paul E. Singer am 06.01.2020 eine Meldung über 4,14 % Stimmrechtsanteil an der MEDION AG.

Im Berichtsjahr sind der MEDION AG darüber hinaus keine weiteren Stimmrechtsmitteilungen zugegangen. Weiterhin hielt Lenovo unverändert rd. 80 % des Grundkapitals der MEDION AG zum Bilanzstichtag 31. März 2020.

Compliance

Der MEDION-Vorstand verpflichtet sich zur Einhaltung der geltenden Gesetze, Regeln und Vorschriften. Das Risikomanagementsystem, das interne Kontrollsystem sowie das Compliance-System sind Bestandteile der MEDION Corporate Governance.

Compliance ist bei MEDION fest verankert – nicht nur durch interne Prozesse. Das Compliance-System soll unseren Mitarbeitern helfen, risikobasierte Entscheidungen zu treffen. Zu einer guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit

Risiken. Das Risikomanagement des MEDION-Konzerns wird durch die beiden Instrumente Controlling und Frühwarnsystem geführt. Das interne Kontrollsystem dient der Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik. Wichtige Elemente sind das Prinzip der Funktionstrennung und das Vier-Augen-Prinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert. Das systematische Risikomanagement im Rahmen des wertorientierten Konzernmanagements bei MEDION soll dazu beitragen, dass Risiken frühzeitig erkannt und die Risikopositionen optimiert werden. Ein ausführlicher Risikobericht ist im Konzernlagebericht in diesem Geschäftsbericht veröffentlicht.

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

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

MEDION hat seit dem Geschäftsjahr 2008 mit allen Führungskräften bzw. Mitarbeitern aus Bereichen, die eigenständig Aufträge an Dritte vergeben können, Zusatzvereinbarungen zu den bestehenden Arbeitsverträgen geschlossen, die es den Mitarbeitern untersagen, Geldgeschenke oder sonstige geldwerte Vorteile zur persönlichen Verwendung für sich oder für Dritte anzunehmen sowie darüber hinaus sogenannte Schmiergeldzahlungen seitens der Handelspartner, Hersteller oder Geschäftspartner anzunehmen oder zu leisten. Alle im Geschäftsjahr 2019/2020 hinzugekommenen neuen Führungskräfte haben diese Vereinbarung ebenfalls unterschrieben.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2019/2020 hat ein Mitarbeiter der MEDION AG aus einer Führungsebene unterhalb des Vorstands Vermögensschädigungen zu Lasten von MEDION begangen. Dem Mitarbeiter wurde nach Aufdeckung der Taten sofort fristlos gekündigt und entsprechende Strafanzeigen gestellt.

Compliance-Aufklärung und Whistleblower Hotline

Alle betroffenen Mitarbeiter wurden über die neuen Anforderungen an Compliance, die aktuellen Vorschriften und die praktische Umsetzung im MEDION-Konzern sowie über die Grundzüge der Lenovo-Compliance informiert. Dazu gehören auch Hinweise zum Insiderrecht, zu den Gesetzen zur Korruptionsbekämpfung und zu den kartellrechtlichen Vorschriften sowie die Vorstellung sogenannter Code-of-Conduct-Anforderungen. Des Weiteren wurde über die Notwendigkeit von

Chinese-Wall-Bereichen im MEDION-Konzern, den gesetzeskonformen Umgang mit möglichen unternehmensrelevanten Informationen, die aktuellen Anforderungen an den Datenschutz und die Vorbildfunktion der Führungskräfte für ihre jeweiligen Bereiche gezielt geschult.

Seit März 2018 hat MEDION eine Online-E-Learning-Plattform zum Thema Compliance für alle Mitarbeiter geöffnet. Darin werden neben den zentralen Compliance-Bereichen auch die Themen Arbeitssicherheit und Datenschutz vertieft behandelt. Alle Personen mit Zugang zu Insiderinformationen – Mitarbeiter und Außenstehende – für die der Zugang zu Informationen unerlässlich ist um ihre Aufgaben bei MEDION wahrnehmen zu können, werden in entsprechenden Insiderverzeichnissen, die in der Personalabteilung geführt werden, dokumentiert. Dabei werden die Vorschriften und Änderungen, die sich aus der EU-Richtlinie zur Marktmissbrauchsverordnung (MAR) ergeben, eingehalten und umgesetzt.

MEDION dokumentiert im Bedarfsfall die Ursachen, die Fehlerquellen und das Fehlverhalten der Mitarbeiter getrennt nach Führungsverantwortlichkeit. Darüber hinaus die Schwere der stattgefundenen Compliance-Verstöße -auch im Mehr-Jahres-Vergleich- und hat besondere Risikofelder definiert (z.B. Einkauf). Daneben werden vierteljährlich die Risikobereiche geprüft, neue Risiken identifiziert und – soweit notwendig - die Mitarbeiter entsprechend sensibilisiert. Bei allen Geschäften mit Sonderkonditionen bei MEDION erfolgt monatlich eine Überprüfung anhand von ausgewählten Stichproben. Für alle wesentlichen Unternehmensbereiche besteht eine Gefährdungsbeurteilung.

Medion hat seit Ende 2017 eine Whistleblower Hotline installiert, um den Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zu entsprechen. Die Hotline ermöglicht die Meldung jeglicher Art von möglichen Compliance Verstößen im Unternehmen. Auf Wunsch kann jeder Mitarbeiter anonym Informationen zur Verfügung stellen. Die Telefonnummer ist bei einer externen Anwaltskanzlei installiert. Die Telefonnummer wurde im MEDION-Intranet veröffentlicht. Der MEDION Betriebsrat wurde mit einbezogen und im Vorfeld umfassend informiert. Im Geschäftsjahr 2019/2020 erfolgte keine Mitteilung an die Whistleblower Hotline. Fragen zu Compliance Problemen können auch über das Corporate Compliance Team angesprochen werden oder direkt an eine besondere anonymisierte Email-Adresse gerichtet werden.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Die Rechnungslegung des MEDION-Konzerns erfolgt nach den Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften. Der gesetzlich vorgeschriebene Jahresabschluss der MEDION AG wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt.

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

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2019/2020 hat MEDION ein Verfahren zur Ausschreibung des Mandats der Abschlussprüfung für AG und Konzern durchgeführt. Die Kriterien für das Auswahlverfahren wurden vom Aufsichtsrat verabschiedet und anschließend im Bundesanzeiger veröffentlicht. Nach Abschluss des Auswahlverfahrens hat der Aufsichtsrat eine begründete

Empfehlung für neue Abschlussprüfer abgegeben. Anlässlich der ordentlichen Hauptversammlung am 31. Oktober 2019 wurde auf Vorschlag des Aufsichtsrates die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin, zum Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der MEDION AG für das Geschäftsjahr 2019/2020 bestellt.

Im Rahmen der Erteilung des Prüfungsauftrages vereinbart der Aufsichtsrat mit dem Abschlussprüfer, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrates über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich informiert wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Des Weiteren soll der Abschlussprüfer über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrates wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichten. Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er im Zuge der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind.

Essen, 05. Juni 2020

Gerd Brachmann
Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen
Stellv. Vorsitzender des Vorstandes