



Geschäftsbericht

GESCHÄFTSBERICHT 2006 MEDION AG

MEDION AG Konzern in Zahlen

Werte in Mio.€	01.01. - 31.12.2006	01.01. - 31.12.2005	01.01. - 31.12.2004	01.01. - 31.12.2003	01.01. - 31.12.2002
Umsatz	1.605	2.527	2.624	2.924	2.627
-Inland	1.076	1.699	1.549	1.916	1.829
-Ausland	529	828	1.075	1.008	798
Umsatzaufteilung					
-PC/Multimedia	1.115	1.799	1.919	2.091	1.937
-Unterhaltungselektronik	319	632	642	778	651
-Kommunikationstechnik	171	96	63	55	39
EBIT	-93,6	22,0	88,2	175,8	146,8
davon: Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	100,0	20,5	0	0	0
Jahresfehlbetrag/-überschuss	-65,4	9,2	48,8	103,1	91,3
Bilanzsumme	684	829	867	982	839
Eigenkapitalquote	53,51 %	53,25 %	52,60 %	44,71 %	43,48 %
Mitarbeiter	1.298	1.551	1.426	1.092	837
Personalaufwand	51,8	59,9	62,7	46,2	34,3
Aktienbezogene Daten					
Grundkapital	€ 48.418.400				
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000				
ISIN	DE0006605009				
Wertpapier-Kenn-Nr.:	660500				
Notierungen	Frankfurt am Main Xetra				
Indizes	Prime Standard All Share, CDAX, DOW JONES STOXX, GEX, SDAX, Prime Industrial (Xetra)				
Streubesitz	45 %				
Ergebnis je Aktie (in €)	-1,35	0,19	1,01	2,13	1,89
Free Cashflow je Aktie (in €)	3,20	1,49	0,94	1,20	1,12
(Durchschnittliche Aktienanzahl)	48.418.400	48.418.400	48.418.400	48.381.733	48.378.400
Dividende je Aktie (in €)	0,00	0,19	0,55	0,70	0,60



Geschäftsbericht

GESCHÄFTSBERICHT 2006 MEDION AG





Inhalt

1	Vorwort des Vorstandes	_____	7
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	11
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	16
4	MEDION-Geschäftsmodell	_____	26
5	Konzernlagebericht	_____	50
6	MEDION-Aktie	_____	98
7	Konzernabschluss der MEDION AG	_____	104
8	Konzernanhang	_____	114
9	Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer	_____	151
10	Einzelabschluss der MEDION AG	_____	156

Finanzkalender

Impressum





Die Leichtigkeit des Alltags ...

Notebooks sind manchmal noch zu schwer und PDAs doch irgendwie zu klein? Für alle, die das glauben haben wir den Ultra Mobile PC MEDION UMPC entwickelt. Er ist komplettes Notebook, tragbares TV-Gerät, Business- und Lifestyle-System in einem. Seine ausziehbare vollwertige Tastatur macht die Benutzung leicht.

Das schönste: Mit 740 g trägt er auch im leichtesten Sommer-Business-Outfit nicht auf. Und wenn Sie sich ihn unter www.medion.de ansehen, werden Sie vielleicht bald schon ...

... mit Leichtigkeit genießen.

1 Vorwort des Vorstandes

2 Bericht des Aufsichtsrates

3 Corporate-Governance-Bericht

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Geschäftsjahr 2006 ist für uns leider enttäuschend verlaufen.

Zum ersten Mal in der über 20-jährigen Geschichte des MEDION-Konzerns schließen wir ein Geschäftsjahr mit einem negativen Ergebnis ab.

Die Gründe sind vielfältig und haben insbesondere mit den spezifischen Besonderheiten unseres auf den Markt für Informationstechnologie zugeschnittenen Geschäftes zu tun. In diesem Bereich sind in Deutschland sowie in allen unseren wichtigen Auslandsmärkten in 2006 die Durchschnittsverkaufspreise deutlich gefallen. Im für uns wichtigen Markt für Desktop-PCs kam ein Rückgang der Mengen hinzu. Steigende Stückzahlen bei Notebooks reichten nicht aus, um auch dort einen Rückgang der Verkaufspreise auszugleichen. Während wir in der Vergangenheit einen für unsere Industrie typischen Preisrückgang von 3 bis 5 % pro Jahr durch eine überproportionale Erhöhung der Stückzahlen, auch durch Geschäftsausweitungen im Ausland, mehr als kompensieren konnten, gelang dies in 2006 nicht mehr.

Bei mobilen Navigationsgeräten konnten wir unsere Position als starke Nummer zwei festigen, aber auch hier sind die Preise deutlich gesunken.

Erschwerend kam für uns im Geschäftsjahr 2006 dazu, dass wir gegen Ende des dritten Quartals 2006 erkennen mussten, dass die ursprünglich für das Weihnachtsgeschäft geplanten Ordervolumina nicht mit Aufträgen unterlegt wurden. Somit konnten wir ab diesem Zeitpunkt erkennen, dass die ursprüngliche Jahresplanung von ca. € 2 Mrd. verfehlt werden würde.

Wir haben daher mit einer Ad-hoc-Mitteilung am 2. Oktober 2006 auf die geänderte Umsatzsituation und den daraus resultierenden Anpassungsbedarf hingewiesen. Der notwendig werdende Restrukturierungsaufwand bestand aus Abwertungen auf Vorräte und einer Erhöhung der Gewährleistungsrückstellung.

Insgesamt mussten wir im Geschäftsjahr 2006 einen Umsatzrückgang von € 900 Mio. gegenüber dem Vorjahr verkraften. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2006 somit € 1,6 Mrd. Obwohl wir bei der Anpassung unserer Kostenstrukturen deutlich besser vorangekommen sind als ursprünglich geplant, konnte eine proportional zum starken Umsatzrückgang verlaufende Anpassung der Kosten im Geschäftsjahr 2006 nicht erreicht werden.

Mit einem operativen Ergebnis – vor Restrukturierungsaufwand – in Höhe von € 6,4 Mio. haben wir auch in dem schwierigen Geschäftsjahr 2006 die Tragfähigkeit unseres Geschäftsmodells belegt.

Durch den starken Rückgang der Umsätze konnten wir Kapital zur Finanzierung unseres Geschäftes freisetzen und damit die finanzielle Situation der Gesellschaft verbessern. Ein hoher Free Cashflow von € 155 Mio. führte zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2006 zu nochmals verbesserten Bilanzrelationen und liquiden Mitteln von über € 270 Mio. Damit weisen wir eine Eigenkapitalquote von 53,51 % aus.

Das Jahr 2006 zeigte neben der nicht zufrieden stellenden Umsatz- und Ergebnisentwicklung in für MEDION wichtigen neuen Bereichen der Dienstleistungen eine positive Entwicklung.

An erster Stelle ist hier der erfolgreiche Einstieg in das Geschäft mit Mobilfunkdienstleistungen zu nennen. Unter der Marke MEDIONmobile haben wir für einen wichtigen Kunden ein komplettes preisgünstiges Angebot im Segment der Prepaid-Karten entwickelt. Zusammen mit dem Netzbetreiber E-Plus wurde ein Mobilfunktarif entwickelt, der nicht nur günstig ist, sondern dem Konsumenten auch eine einfache, transparente Preisstruktur offeriert und darüber hinaus an über 4.500 Verkaufsstellen in Deutschland den Erwerb von Prepaid-Karten ermöglicht. MEDIONmobile benötigt weder eine Grundgebühr noch werden monatliche Rechnungen erstellt. Die überaus positive Kundenresonanz, aber auch die durchweg hervorragenden Testurteile in der Fachpresse belegen, dass wir das richtige Produkt mit der MEDION-typischen Geschäftsidee „Best Value for Money“ verbunden haben.

Auch das Fotoservice-Geschäft haben wir im Jahr 2006 deutlich ausgebaut. Für unseren Kunden sind wir als Dienstleister entlang der gesamten Prozesskette, beginnend beim Druck von Fotoabzügen, Kalendern und Foto-Büchern bis hin zur Erstellung der Rechnung für den Konsumenten, beteiligt.

Die Ende 2006 vorgestellte Download-Plattform MEDIONbox bietet in Verbindung mit einem DSL-Anschluss die günstige und vor allen Dingen schnelle Verfügbarkeit von Filmen und Serien in hochwertiger Qualität.

Über das Internet und den Medionshop haben wir in 2006 den Direktvertrieb von Produkten erfolgreich ausgebaut.

Bei den traditionellen MEDION-Produkten konnten wir in 2006 unsere führende Stellung erneut dokumentieren. Testsiege in Serie bei Desktop-PCs und Notebooks wurden ergänzt durch hervorragende Bewertungen im Bereich mobiler Navigationsgeräte. Als einziges Produkt im Wettbewerbsumfeld der bekannten Marken erreichte das Navigationsgerät MEDION GoPal 470 im Dezember 2006 die Bewertung „Sehr Empfehlenswert“ in einem europäischen Vergleichstest der führenden Motorsportzeitschrift „Auto Motor und Sport“.

Schon im November 2006 konnten wir ein Notebook und einen PC mit der lizenzkostenfreien Upgrade-Möglichkeit auf das neue Microsoft-Betriebssystem Windows Vista in der Home-Premium-Version anbieten. Bei Notebooks haben wir die Innovation eines austauschbaren individualisierten Deckels in Deutschland und Großbritannien erfolgreich in den Markt eingeführt.

Die Erfolge bei den neuen Dienstleistungen sowie die sehr guten Testergebnisse bei den Produkttests belegen die Leistungsfähigkeit unseres Geschäftsmodells, aber auch die Flexibilität unserer internen Strukturen. Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Aufwendungen belegt die erfolgreiche Anpassung der Kostenstrukturen an das geringere Umsatzniveau durch Optimierung der Prozesse sowie Straffung der Abläufe.

Der Vorstand der MEDION AG ist in enger Abstimmung mit dem Aufsichtsrat der festen Überzeugung, dass das bekannte und in der Vergangenheit so erfolgreiche Geschäftsmodell in modifizierter Form weiterentwickelt werden soll und zusätzlich die Erschließung neuer Ergebnispotentiale vorangetrieben wird.

Die Bereitstellung von Content-Angeboten sowie der forcierte Ausbau des Dienstleistungsgeschäftes sind strategische Eckpunkte dieser Entwicklung. Auch die After-Sales-Betreuung der Konsumenten und der Reparaturservice bleiben ein differenzierender Bestandteil des Leistungsangebotes, denn damit können wir uns deutlich positiv von Wettbewerbern abgrenzen.

Die aktuellen Trends im PC- und Consumer-Electronics-Markt durch das Zusammenwachsen von Content und Hardware und die nunmehr umfassende Digitalisierung aller Medieninhalte zeigen den wachsenden Bedarf an derart spezialisierten Angeboten sowohl bei den Produkten als auch bei den Dienstleistungen.

Die Wettbewerbsfähigkeit von MEDION wird getragen von der in über 20 Jahren entwickelten Kompetenz beim Einkauf und der Konzentration auf qualitätsorientierte Lieferanten.

Die Fähigkeit, hochvolumige Aktionsgeschäfte in kürzester Zeit zu realisieren, ist eine weitere Kernkompetenz unseres Geschäftes. Die strategische Basis sind hier unsere jahrelangen engen Kontakte zu führenden internationalen Handelsketten.

Das erfolgreiche Mobilfunkdienstleistungsangebot soll internationalisiert und die Produktpalette erweitert werden. Ende Februar 2007 sind wir hier bereits mit einem entsprechenden Angebot in Belgien gestartet.

Das Jahr 2007 wird für den MEDION-Konzern im Zeichen der weiteren Konsolidierung stehen, der Absicherung des traditionellen Hardwaregeschäftes durch neue Produktinnovationen und des Ausbaus des Dienstleistungsgeschäftes. Wir kalkulieren dabei weitere Preisrückgänge bei Desktop-PCs, Notebooks und Navigationsgeräten sowie ein mögliches vorsichtiges Orderverhalten unserer Kunden in den ersten sechs Monaten 2007 ein. Da die vergleichbare Basis im Dienstleistungsgeschäft noch gering ist, wachsen wir hier zwar im deutlich zweistelligen Bereich, können aber insgesamt den fehlenden Hardwareumsatz nicht komplett kompensieren.

Dies führt zu einer Jahresumsatzerwartung 2007 von € 1,3 bis 1,5 Mrd. Weitere Erfolge bei den Kostensenkungsmaßnahmen unterstellt, führt dies zu einem positiven – aber verglichen mit früheren Jahren noch geringen – Ergebnis nach Steuern. Eine präzisere Prognose ist erst nach Vorliegen der Kundenaufträge für das Weihnachtsgeschäft 2007 möglich.

Der Vorstand der MEDION AG ist sich bewusst, dass die Aktionäre mit der Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht zufrieden sind.

Wir werden jedoch alles daran setzen, die Profitabilität unseres Geschäftes wieder auf eine sichere Basis zu stellen und zukunftssträchtige innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Die solide Finanzierung unseres Unternehmens wird gestützt von einer Eigenkapitalquote von über 50 %.

Wir bitten Sie, uns auf diesem Weg weiter zu begleiten.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen



Dr. Knut Wolf

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden.

Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat in schriftlichen und mündlichen Berichten regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung und strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, die Lage des Konzerns einschließlich der Risikolage sowie über das Risikomanagement. Abweichungen des Geschäftsverlaufes von den aufgestellten Plänen und Zielen wurden im Einzelnen erläutert. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde mit dem Aufsichtsrat abgestimmt. Alle für das Unternehmen bedeutenden Geschäftsvorgänge sind anhand der Berichte des Vorstandes im Aufsichtsrat ausführlich erörtert worden.

Auf der Hauptversammlung am 12. Mai 2006 wählten die Aktionäre einen neuen Aufsichtsrat. Vorstand und Aufsichtsrat dankten den aus dem Aufsichtsrat ausgeschiedenen Herren Dr. Klaus Eckert und Kim Schindelhauer für die jahrelange umsichtige Begleitung der Gesellschaft. Wiedergewählt wurde Herr Dr. Rudolf Stützele und anschließend als Vorsitzender des Aufsichtsrates bestätigt. Neu hinzu kamen Herr Dr. Hans-Georg Vater als stellvertretender Vorsitzender und Herr Helmut Julius, beide aus Essen.

Auch im Hinblick auf die nicht planmäßige wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns im Geschäftsjahr 2006 fanden sechs Aufsichtsratssitzungen statt. An sämtlichen Sitzungen haben alle Mitglieder des Aufsichtsrates teilgenommen. Darüber hinaus gab es auf Seiten der Aufsichtsratsmitglieder mehrere interne Vorgespräche und Nachbereitungen der Sitzungen. Über Projekte und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen ausführlich informiert. Darüber ist – sofern erforderlich – im schriftlichen Verfahren beschlossen worden.

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

- Strategische Ausrichtung des Konzerns
- Korrektur der Planzahlen für 2006
- Umsetzung des Maßnahmenpaketes zur Strukturbereinigung und Kostensenkung

- Maßnahmen zur Verringerung der Quote endkundenretournierter Waren
- Marketingkampagne zum Aufbau der Marke MEDION
- Erweiterung des Angebotes um zusätzliche Dienstleistungen
- Erörterung der Änderungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes vom 12. Juni 2006
- Corporate-Governance-Bericht gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodexes

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

Gegenstand regelmäßiger Beratungen im abgelaufenen Geschäftsjahr war der Deutsche Corporate Governance Kodex, insbesondere mit den Änderungen vom 12. Juni 2006. Vorstand und Aufsichtsrat haben in der Sitzung am 5. Dezember 2006 den Bericht der Gesellschaft zu Corporate Governance und Compliance zur Kenntnis genommen und eine aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben sowie diese den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht. Aus der Entsprechenserklärung geht hervor, dass die MEDION AG nur in einem Punkt, nämlich in der Ausschussbildung vom Kodex abweicht. Da der Aufsichtsrat nur aus drei Personen besteht, entfiel die Notwendigkeit der Bildung von separaten Ausschüssen. Nicht mehr aktuelle Entsprechenserklärungen zum Kodex werden ebenfalls auf der Internet-Seite der Gesellschaft für eine Dauer von fünf Jahren zugänglich gehalten. Der Corporate-Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodexes kann dem nachfolgenden Kapitel entnommen werden.

Der Aufsichtsrat hat sich gemäß Ziffer 5.6 des Deutschen Corporate Governance Kodexes verpflichtet, regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit zu überprüfen. Dies erfolgte fortlaufend und insbesondere in seiner Sitzung am 5. Dezember 2006 anhand der Auswertung eines jedem Mitglied des Aufsichtsrates vorab zugeleiteten detaillierten Fragebogens. Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

- Kooperation und Verfahrensabläufe im Aufsichtsrat
- Wahrnehmung der Beratungs-, Überwachungs- und Prüfungsaufgabe, insbesondere hinsichtlich der Rechnungslegung und Abschlussprüfung
- Informationsversorgung durch den Vorstand
- Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Ergebnisse waren Grundlage für eine weitere Optimierung der Arbeit des Aufsichtsrates.

Die Angaben im Lagebericht und zusammengefassten Konzernlagebericht gem. §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB werden wie folgt erläutert:

- Das € 48.418.400 betragende Grundkapital der MEDION AG ist in die entsprechende Anzahl auf den Inhaber lautender Stückaktien eingeteilt.
- Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder der Übertragbarkeit der Aktien bestehen nach der Satzung der Gesellschaft nicht und sind darüber hinaus auch nicht bekannt.
- Am Kapital der MEDION AG ist der Vorstandsvorsitzende, Herr Gerd Brachmann, mit 54,87 % mehrheitlich beteiligt. Darüber hinaus besteht eine 10,08 %-Beteiligung des englischen Fonds Orbis, der zur Pictet-Gruppe aus der Schweiz gehört.
- Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind Aktionären nicht eingeräumt.
- Es gibt keine vom Gesetz abweichenden Regelungen zur Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital der Gesellschaft beteiligt sind.
- 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 erfolgt. 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.

- Der Vorstand der MEDION AG ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 10. Mai 2011 um bis zu € 24 Mio. durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen zu erhöhen. Die Einzelheiten ergeben sich aus § 3 Ziff. 8 der Satzung.

Darüber hinaus besteht gem. § 3 der Satzung ein bedingtes Kapital in Höhe von bis zu € 22,4 Mio., das nur insoweit ausgenutzt werden darf, als die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungsrechten oder Optionsscheinen von ihren Wandlungs- bzw. Optionsrechten Gebrauch machen.

Des Weiteren ist die Gesellschaft durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006, ermächtigt bis zum 12. November 2007 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu einem Volumen von € 4.841.840 des Grundkapitals zu erwerben. Die Einzelheiten zu den Voraussetzungen des Erwerbs und zur Verwendung erworbener eigener Aktien sind in dem Hauptversammlungsbeschluss festgelegt.

- Bei der MEDION AG gibt es keine Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen.
- Entschädigungsvereinbarungen für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit den Mitgliedern des Vorstandes oder den Arbeitnehmern ebenfalls nicht getroffen worden.

Die durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 zum Abschlussprüfer bestellte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat gemäß der Auftragserteilung durch den Aufsichtsrat den Jahresabschluss der MEDION AG, den Konzernabschluss sowie den Lagebericht (nach § 315 Abs. 3 HGB zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht) zusammen mit den Anhängen zum 31. Dezember 2006 geprüft. Das Auftragsverhältnis zwischen der MEDION AG und der Prüfungsgesellschaft hat die Anforderungen des Corporate Governance Kodexes erfüllt. Dem Aufsichtsrat liegt eine Unabhängigkeitserklärung der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vor. Darin wurde bestätigt, dass keinerlei berufliche, finanzielle oder sonstige Beziehungen zur MEDION AG und ihren Organen bestehen, die Zweifel an der Unabhängigkeit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft begründen könnten.

Der Abschlussprüfer hat die vorgeschriebenen Bestätigungsvermerke ohne Einschränkung erteilt. Darüber hinaus hat der Abschlussprüfer das bei der MEDION AG bestehende Risikomanagementsystem geprüft. Er bescheinigt der MEDION AG, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen getroffen hat und das Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden können, frühzeitig zu erkennen.

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

Die Jahresabschlussunterlagen und Prüfungsberichte gingen allen Aufsichtsratsmitgliedern zu. Sie waren in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 8. März 2007 Gegenstand ausführlicher Beratung. Der Abschlussprüfer, der bereits im Vorfeld Fragen des Aufsichtsrates beantwortet hatte, nahm an der Sitzung teil, in der er über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfungen berichtete und dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte zur Verfügung stand.

Zudem hat auch der Aufsichtsrat den Jahresabschluss der MEDION AG, den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind keine Einwendungen zu erheben.

Die Berichte des Abschlussprüfers hat der Aufsichtsrat zustimmend zur Kenntnis genommen. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der MEDION AG sowie den Konzernabschluss hat der Aufsichtsrat am 8. März 2007 gebilligt. Der Jahresabschluss der MEDION AG ist damit festgestellt.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der MEDION AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2006 erstellt und dem Aufsichtsrat ausgehändigt. Der Abschlussprüfer hat auch diesen Bericht geprüft, das Ergebnis seiner Prüfung schriftlich festgehalten und folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

- „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass
1. die tatsächlichen Angaben des Berichtes richtig sind,
 2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Die Überprüfung dieses Berichtes durch den Aufsichtsrat hat zu keinen Beanstandungen geführt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Hiernach und nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung erhebt der Aufsichtsrat gegen die Erklärung des Vorstandes am Schluss des Berichtes über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen keine Einwendungen.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im In- und Ausland für ihr hohes Engagement in einem speziell für den Einzelhandel schwierigen Geschäftsjahr.

Essen, im März 2007

Der Aufsichtsrat



Dr. Rudolf Stütze
Vorsitzender



Corporate-Governance-Bericht

3.1	Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat	_____	17
3.2	Entsprechenserklärung	_____	17
3.3	Vorstand und Aufsichtsrat	_____	18
3.4	Internet-Informationen	_____	21
3.5	Compliance	_____	22
3.6	Rechnungslegung und Abschlussprüfung	_____	23

- ERKLÄRUNG GEMÄSS § 161 AKTG
- AUFSICHTSRAT AUF HV 2006 NEU GEWÄHLT
- COMPLIANCE IM UNTERNEHMEN

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

Über die Corporate Governance bei MEDION berichtet der Vorstand – zugleich mit dem Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodexes wie folgt:

Entsprechenserklärung

Am 5. Dezember 2006 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben, nach der MEDION die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes in der Fassung vom 12. Juni 2006 erfüllt, mit der Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können.

Der Aufsichtsrat behandelt regelmäßig die Anwendung und Weiterentwicklung der Corporate-Governance-Grundsätze. Darüber hinaus ist die Entsprechenserklärung auf den Internet-Seiten von MEDION in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht und wird bei Änderungen aktualisiert. Die bisherigen Entsprechenserklärungen gemäß § 161 AktG sind ebenfalls noch im Internet einsehbar.

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

Darüber hinaus folgt MEDION auch den meisten Anregungen des Kodexes – mit einer bedeutenden Ausnahme: Es ist derzeit nicht vorgesehen, unterschiedliche Amtsperioden für die Anteilseignervertreter im Aufsichtsrat einzuführen. Wir halten es für sinnvoll, an einer einheitlichen Mandatsperiode festzuhalten.

Neuwahl des Aufsichtsrates trägt dem Corporate Governance Kodex Rechnung

In der Hauptversammlung am 12. Mai 2006 wurden die Mitglieder des Aufsichtsrates im Wege der Einzelwahl neu gewählt.

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrates mit fachlich qualifizierten und unabhängigen Mitgliedern bildet die Basis für eine effiziente Aufsichtsratsarbeit. Kein Mitglied des neu gewählten Aufsichtsrates war zuvor im Vorstand der MEDION AG tätig. MEDION entspricht mit der aktuellen Aufsichtsratsbesetzung auch der neuen Kodex-Empfehlung zur Unabhängigkeit des Aufsichtsrates, die eine entsprechende Vorgabe der Europäischen Kommission umsetzt.

3.3

Vorstand und Aufsichtsrat

Führungs- und Kontrollstruktur

Entsprechend dem deutschen Aktienrecht, dem die MEDION AG mit Sitz in Essen unterliegt, verfügt das Unternehmen über eine zweigeteilte Führungs- und Kontrollstruktur, die einen dreiköpfigen Vorstand und einen dreiköpfigen Aufsichtsrat umfasst.

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

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

Die MEDION AG hat für Vorstand und Aufsichtsrat eine D&O-Versicherung mit einem angemessenen Selbstbehalt abgeschlossen.

Der Vorstand

Der Vorstand der MEDION AG besteht aus drei Personen. Er leitet den MEDION-Konzern in eigener Verantwortung. Die Mitglieder des Vorstandes tragen gemeinsam die Verantwortung für die Unternehmensleitung. Dabei sind sie an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Der Vorstandsvorsitzende koordiniert die Arbeit der Vorstandsmitglieder.

Der Vorstand hat sich eine Geschäftsordnung gegeben. Mitglieder des Vorstandes dürfen nicht älter als 60 Jahre sein. Bei Erstbestellung ist die maximal mögliche Bestelldauer von fünf Jahren nicht die Regel.

Der Aufsichtsrat berät über die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand und überprüft diese regelmäßig. Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat unter Einbeziehung von etwaigen Konzernbezügen in angemessener Höhe auf der Grundlage einer Leistungsbeurteilung festgelegt.

Die Gesamtvergütung des Vorstandes umfasst ein fixes Grundgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitgliedes orientiert und im Anstellungsvertrag festgelegt ist, sowie eine variable, betraglich begrenzte Tantieme, die sich an der persönlichen Leistung des Vorstandsmitgliedes orientiert und vom Aufsichtsrat nach pflichtgemäßer Einschätzung festgelegt wird.

Darüber hinaus dienen Wandelanleihen als variable Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung und Risikocharakter. Aus den begebenen zwei Wandelanleihen hat der Vorstand die Möglichkeit, bis zum Jahr 2007 insgesamt 90.000 Aktien zu beziehen. Der Wandlungspreis errechnet sich auf Basis des Börsenkurses der MEDION-Aktie zu Beginn der jeweils festgelegten Wandlungsfrist und der Wertentwicklung der MEDION-Aktie im Verhältnis zum Börsenindex MDAX seit Begebung der Anleihe.

Zum Teil erhalten die Vorstandsmitglieder zusätzlich noch eine gewinnabhängige Tantieme, die durch die absolute Höhe des Jahresüberschusses und die relative Ergebnisveränderung im Vergleich zum Vorjahr bestimmt wird. Der Jahresüberschuss ist dabei vermindert um eventuelle Verlustvorträge aus dem Vorjahr und gesetzlich oder satzungsmäßig vorgeschriebene Zuführungen zu den Gewinnrücklagen zu verstehen. Für außerordentliche, nicht vorhersehbare Entwicklungen hat der Aufsichtsrat einen für jedes Vorstandsmitglied individuellen Höchstbetrag festgelegt, der maximal vergütet wird.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates informiert die Hauptversammlung über die Grundzüge des Vergütungssystems und deren Veränderung. Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Vorstandes erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses. Diese wird separat individualisiert dargestellt nach Fixum, erfolgsbezogenen Komponenten und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung.

Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Vorstandes ist auf den folgenden Seiten 75–78 im Lagebericht und zusammengefassten Konzernlagebericht abgedruckt.

Interessenkonflikte, die jedes Vorstandsmitglied dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen hat, sind im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht aufgetreten.

Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat der MEDION AG besteht aus drei Personen. Er berät und überwacht den Vorstand bei der Leitung des MEDION-Konzerns regelmäßig. In Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für den MEDION-Konzern wird er eingebunden. Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstandes und sorgt dabei gemeinsam mit dem Vorstand für eine langfristige Nachfolgeplanung. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Aufsichtsrates nach außen wahr.

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

Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Aufsichtsrates erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses. Diese wird separat individualisiert nach dem Fixum und der erfolgsbezogenen Komponente dargestellt. Der Vergütungsbericht mit den individualisierten Bezügen des Aufsichtsrates ist auf den folgenden Seiten 75–78 abgedruckt.

Interessenkonflikte, insbesondere solche, die aufgrund einer Beratung 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.

Insbesondere in der Aufsichtsratssitzung am 5. Dezember 2006 hat der Aufsichtsrat gemäß Ziffer 5.6 des Kodexes die Effizienz seiner Tätigkeit anhand diverser Kriterien überprüft.

Aktiengeschäfte von Vorstand und Aufsichtsrat

Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates sind nach § 15a WpHG gesetzlich verpflichtet, den Erwerb oder die Veräußerung von Wertpapieren der MEDION AG offenzulegen, soweit der Wert der von dem Mitglied und ihm nahe stehenden Personen innerhalb eines Kalenderjahres getätigten Geschäfte die Summe von € 5.000 erreicht oder übersteigt. Der MEDION AG wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr kein Geschäft gemeldet.

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

Internet-Informationen und -Services für die Aktionäre

Über wesentliche Termine werden unsere Aktionäre regelmäßig mit einem Finanzkalender unterrichtet, der im Geschäftsbericht, in den Quartalsberichten sowie auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht ist. In der jährlichen Hauptversammlung, die erstmals seit der Hauptversammlung 2006 im Internet übertragen wird, 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 vor und während der Hauptversammlung am 12. Mai 2006 bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Auch zur kommenden Hauptversammlung am 11. Mai 2007 werden die Aktionäre diese Möglichkeiten haben.

Sämtliche Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung sind auf der MEDION-Website verfügbar.

Entsprechend dem Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsrechts (UMAG), das am 1. November 2005 in Kraft getreten ist, haben wir das Anmelde- und Legitimationsverfahren zur Hauptversammlung auf den international üblichen so genannten „Record Date“ umgestellt und dadurch vereinfacht. Damit gilt der 21. Tag vor der Hauptversammlung als maßgeblicher Stichtag für die Legitimation und Anmeldung der Aktionäre. Somit erhöhen wir insbesondere für unsere ausländischen Aktionäre den Anreiz, an der Hauptversammlung teilzunehmen und von ihrem Stimmrecht Gebrauch zu machen.

Die Aktionäre haben in der jährlichen Hauptversammlung die Möglichkeit, ihre Rechte wahrzunehmen und dort ihr Stimmrecht auszuüben. Das Stimmrecht kann von den Aktionären entweder selbst oder durch einen von ihnen gewählten Bevollmächtigten oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausgeübt werden. Die Hauptversammlung beschließt unter anderem über die Gewinnverwendung, die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Wahl des Abschlussprüfers. Auch Satzungsänderungen und kapitalverändernde Maßnahmen werden von der Hauptversammlung beschlossen.

Compliance als ein Schwerpunkt des Risikomanagements

Zu einer guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken. Ein systematisches Risikomanagement im Rahmen unseres wertorientierten Konzernmanagements sorgt dafür, dass Risiken frühzeitig erkannt und die Risikopositionen optimiert werden. Das Risikomanagementsystem der MEDION AG wird von den Abschlussprüfern geprüft. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt und den sich ändernden Rahmenbedingungen angepasst. Einzelheiten sind im Lagebericht und zusammengefassten Konzernlagebericht auf den Seiten 79–86 nachzulesen.

Ein Bestandteil des Risikomanagements im Konzern betrifft den Bereich der Compliance-Maßnahmen. Dabei haben wir dafür Vorsorge getroffen, dass das neue Insiderrecht, die Gesetze zur Korruptionsbekämpfung und die kartellrechtlichen Vorschriften durch die Unternehmen des Konzerns und ihre Mitarbeiter beachtet werden. Der MEDION-Compliance-Ausschuss besteht aus dem Finanzvorstand sowie den Abteilungsleitern Personal und Investor Relations. MEDION hat in Ergänzung zur Regelung des § 15a WpHG eine interne Insiderrichtlinie erlassen, die den Handel mit Wertpapieren des Unternehmens für Organmitglieder und Mitarbeiter regelt und die erforderliche Transparenz sicherstellt. Neu eingestellte Führungskräfte werden direkt über die MEDION-Insiderrichtlinie persönlich unterrichtet.

Offene und transparente Kommunikation

Unsere Unternehmenskommunikation folgt dem Ziel, allen Zielgruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Zur Gewährung einer größtmöglichen Transparenz werden Aktionäre, alle Teilnehmer am Kapitalmarkt, Finanzanalysten, Aktionärsvereinigungen sowie die Medien zeitnah und regelmäßig über den Geschäftsverlauf informiert. Zu diesem Zweck wird insbesondere das Internet genutzt. Hier werden unter anderem Geschäfts- und Quartalsberichte sowie Ad-hoc- und Pressemitteilungen in deutscher und englischer Sprache bereitgestellt. Die Termine der regelmäßigen Finanzberichterstattung sind im Finanzkalender zusammengefasst. Neben einer jährlichen Analystenveranstaltung findet in der Regel jeweils zur Veröffentlichung der Quartalsberichte eine Telefonkonferenz in englischer Sprache statt.

Unverzüglich nach Kenntnisnahme, dass jemand durch Erwerb, Veräußerung oder auf sonstige Weise 5, 10, 25, 50 oder 75 % der Stimmrechte an der MEDION AG erreicht, über- oder unterschreitet, veröffentlicht der Vorstand eine entsprechende Meldung. So gab es im abgelaufenen Geschäftsjahr zwei Mitteilungen über die auf 10 % angestiegene Beteiligung von Orbis UK an der Gesellschaft. Ab dem 20. Januar 2007 werden die durch das Gesetz zur Umsetzung der Transparenzrichtlinie der Europäischen Union normierten neuen Schwellenwerte berücksichtigt. Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Informationen über Wandelanleihen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogrammes gezeichnet wurden, werden im Anhang zum Konzernabschluss veröffentlicht.

3.6

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

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

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

Im Rahmen der Erteilung des Prüfungsauftrages vereinbart der Aufsichtsrat mit dem Abschlussprüfer, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrates über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich informiert wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Des Weiteren soll der Abschlussprüfer über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrates wesentlichen Feststellungen und Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben, unverzüglich berichten.

Für den Aufsichtsrat der MEDION AG



Dr. Rudolf Stütze (Vorsitzender)

Für den Vorstand der MEDION AG



Gerd Brachmann (Vorsitzender)





Die Präzision des Wegs ...

Wohin die Reise auch führen soll – es kommt darauf an, den schnellsten Weg zu finden. Dazu brauchen Sie einfach nur alle Staus zu umfahren. Geht nicht? Geht doch! Das MEDION GoPal 470 Navigationssystem „hört“ die aktuellen Verkehrsinformationen von TMCpro und lotst Sie an den Staus vorbei.

Und weil das MD PNA 470 das wirklich gut macht, erhält es immer wieder herausragende Testurteile. Zum Beispiel im Preis-Leistungs-Test der PCgo 2/07.

Klar, dass MEDION mit der Nummer 1 bei den Testergebnissen auch die Nummer 1 bei den Verkäufen werden will. Denn dann können bald noch mehr Menschen sagen: MEDION ...

... führt schneller ans Ziel.

4

MEDION-Geschäftsmodell

4.1	MEDION-Konzern	_____	27
4.2	PC/Multimedia	_____	32
	4.2.1 Markt		
	4.2.2 Strategie und Marketing		
4.3	Unterhaltungselektronik	_____	38
	4.3.1 Markt		
	4.3.2 Digitalisierung		
4.4	Kommunikationstechnik	_____	44
	4.4.1 Markt		
	4.4.2 Online-Services		

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

Hinter dem MEDION-Geschäftsmodell steckt eine einfache, aber überzeugende Idee, die sich in über 20 Jahren auf inzwischen mehreren Kontinenten bewährt hat und permanent optimiert wird. Dem Kunden soll ein funktionales Produkt in guter Qualität mit bestechendem Design, basierend auf dem neuesten technologischen Stand, zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden. Dabei umfasst die MEDION-Produktpalette das gesamte Sortiment der modernen Konsumelektronik. Ob es sich um einen PC, ein Notebook, ein LCD- oder Plasma-Fernsehgerät, einen DVD-Recorder, einen MP3-Player, ein Navigationssystem oder einen eigenen Mobilfunktarif handelt, bei MEDION erhält der Partner im Handel das umfassendste Angebot an moderner Konsumelektronik aus einer Hand.

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

Unsere Abnehmer sind große, meist international aufgestellte Handelsketten. Wir führen für diese Unternehmen in der Regel hochvolumige Projekte durch, in vielen Fällen zum selben Zeitpunkt in mehreren Ländern oder sogar auf mehreren Kontinenten. Dabei reduzieren wir den Arbeitsaufwand für unsere Kunden auf ein Minimum, so dass sie sich voll und ganz auf den Vertrieb der Produkte konzentrieren können.

Durch die Konzentration auf die jeweiligen Stärken aller Beteiligten wird das MEDION-Geschäftsmodell für alle zum Gewinn:

- Die Endkunden erhalten beste Qualität und Service zu einem attraktiven Preis
 - Den Herstellern erschließen wir neue Absatzwege
 - Den Partnern im Handel bieten wir die Möglichkeit, attraktive Produkte zu vermarkten
- Gemeinsam mit unseren Partnern schnüren wir ein umfangreiches Paket, das die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung bis zum After-Sales-Service umfasst.

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

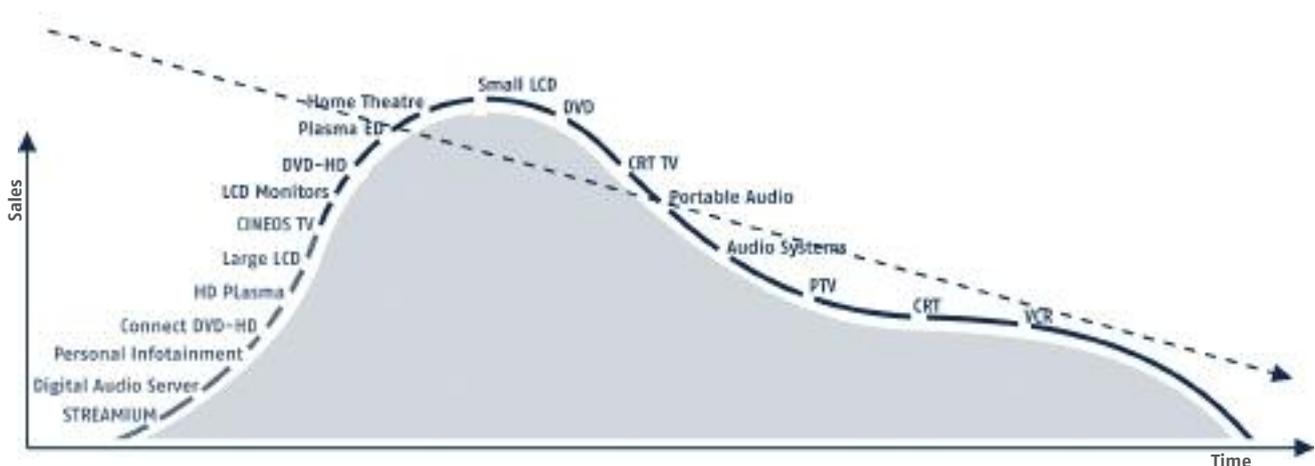
- Vermarktung von Trendprodukten
- Hohe Qualität
- Optimales Preis-Leistungs-Verhältnis
- Konzentration auf die weltweiten Top-Retailer
- Projektgeschäft statt Dauersortiment
- Bereitstellung eines umfangreichen Service-Paketes für den Endverbraucher
- Build-to-Order-Prinzip
- Absicherung von Währungsrisiken

Zusätzlich hilft uns:

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

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

PRODUKTLEBENSZYKLUS

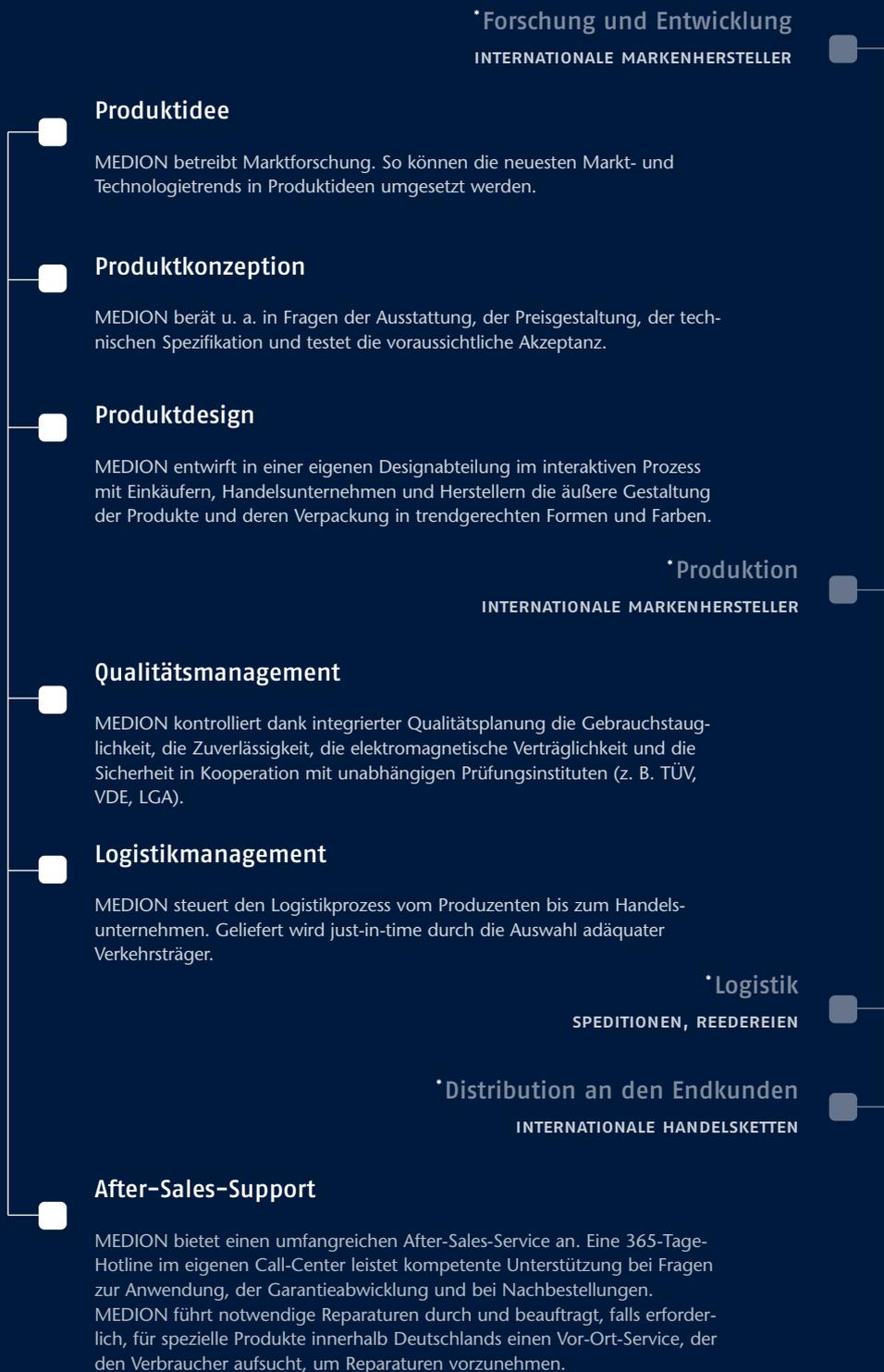


QUELLE: PHILIPS (AUS CE 4/05)

Die Wertschöpfungskette

unserer Projekte

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







Die Sichtbarkeit des Neuen ...

Was kann es im Beruf Besseres geben als die neueste Technik für unterwegs? Kriegen Sie. Das MEDION-Notebook ist eins der ersten auf dem Markt mit Windows Vista Home Premium. Und auch sonst liebt es den Wettbewerb.

Denn dank der neuesten Intel-Core-Duo-Technologie, dem eingebauten DVB-T- Empfänger und vor allem der kompletten Softwareausstattung sehen andere dagegen blass aus. Kurz: Das Notebook steht in bester MEDION-Tradition und ...

... bringt gute Aussichten fürs Geschäft.

- UMSATZRÜCKGANG BEI DESKTOP PCs
- STABILES WACHSTUM BEI NOTEBOOKS
- SEHR STARKE NACHFRAGE NACH NAVIGATIONSGERÄTEN

Mit Informationstechnologie wird im Allgemeinen das Segment der Desktop-PCs, Notebooks, Monitore, Drucker und mobilen Assistenzgeräte bezeichnet. Bei MEDION sind hier auch die mobilen Navigationsgeräte mit einbezogen.

In Europa und Deutschland ist der Absatz mit Produkten der Informationstechnologie zwar angestiegen, der Umsatz gleichzeitig jedoch wertmäßig um ca. 4 % zurückgegangen. In diesem Bereich zeigt sich am deutlichsten der technologiegetriebene Preisverfall. Der Markt in Europa und Deutschland wird aufgrund der hohen Haushaltsausstattung hauptsächlich durch die Nachfrage nach Ersatz- und Zweitgeräten bestimmt. Der Bereich Desktop-PCs ist in Deutschland nicht nur beim Absatz zurückgefallen, sondern hat auch bei den Durchschnittsverkaufspreisen nochmals verloren. Insgesamt verzeichnete dieser Produktbereich in 2006 einen Umsatzrückgang von 15,2 % auf € 940 Mio. Demgegenüber verzeichneten Notebooks beim Absatz mit 2,280 Mio. Stück eine positive Entwicklung, mussten jedoch abermals bei den Durchschnittsverkaufserlösen trotz deutlich besserer Ausstattung der Produkte einen Rückgang registrieren. Daher stieg der Umsatz mit Notebooks in Deutschland nur unterproportional um 6,6 % auf insgesamt € 2.184 Mio.

ABSATZENTWICKLUNG IM PRIVATEN
PC- UND NOTEBOOK-MARKT

In 1.000 Einheiten	2002	2003	2004	2005	2006
PC stationär	2.357	1.990	1.690	1.656	1.450
Notebook	812	1.160	1.420	1.945	2.280
Gesamtmarkt	3.169	3.150	3.110	3.601	3.730

Mit 2 Mio. Stück in Deutschland sind 2006 im Vergleich zu 2005 viermal mehr tragbare Navigationsgeräte verkauft worden. In Westeuropa lag der Gesamtabsatz im Jahr 2006 bei 7,4 Mio. Geräten. Da es sich hierbei um einen nach wie vor wachsenden Erstausrüster-Markt handelt, wird für 2007 mit annähernd 12 Mio. verkauften mobilen Navigationsgeräten in Westeuropa gerechnet. Aufgrund des ca. 35%igen Rückgangs der Durchschnittspreise von € 576 auf € 381 hat sich der Umsatz in Deutschland in diesem Bereich nur auf € 823 Mio. verdoppelt.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass der Preisdruck im PC/Multimedia-Segment in 2006 nochmals zugenommen hat. Hinzu kommt ein gegenüber dem US-Dollar stabiler Euro-Wechselkurs, der zusätzlich zum durchschnittlichen Preisverfall beigetragen hat.

4.2.2

Strategie und Marketing

- MICROSOFT VISTA ERFOLGREICH EINGEFÜHRT
- MULTIMEDIALE VERNETZUNG
- MEDION MARKETINGKAMPAGNE 2007

Trends

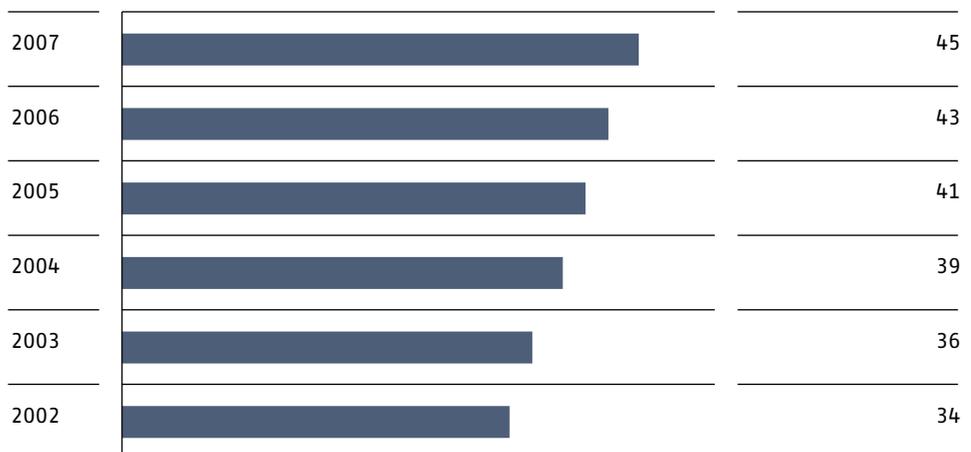
Der Verbraucher beurteilt die Attraktivität eines Angebotes nach den Kriterien für die Hardware- und Softwareausstattung. Entscheidend in der Wahrnehmung der Verbraucher sind die verwendeten Komponenten sowie vor allem die multimedialen Anwendungsmöglichkeiten. Innovationen wie leistungsfähigere, Strom sparende Zwei- und Vierkern-Prozessoren sorgen nur für zusätzliche Kaufimpulse. Das neue Betriebssystem Microsoft Vista bietet transparente Fenster, dreidimensional erscheinende Benutzeroberflächen und zudem deutlich mehr Komfort und Sicherheit.

MEDIONs Anspruch, innovative Technologie zu einem günstigen Preis anzubieten, entspricht dieser Entwicklung. Die Vernetzungsmöglichkeiten mit anderen Anwendungen wie DVD, Musik, Foto oder Video sind heute bereits Standard, da sich multimediafähige Geräte immer mehr zum zentralen Bestandteil des Wohnens entwickeln. Die zunehmende Verschmelzung der PC-Welt mit der Unterhaltungselektronik wird diese Entwicklung noch weiter vorantreiben.

Da diese Geräte auch überwiegend an exponierter Stelle im Wohnzimmer stehen werden, kommt dem Design und niedrigen Arbeitsgeräuschen eine immer größere Bedeutung zu. Auch dies ist ein Trend, dem MEDION bereits seit längerem hohe Aufmerksamkeit widmet. Die sukzessive Einführung des digitalen Fernsehempfangs via Antenne (DVB-T) in nahezu allen wichtigen deutschen Ballungsräumen erweist sich als großer Erfolg. Die Zahl der digital empfangenden Haushalte hat sich in Deutschland in 2006 auf 14 Mio. deutlich erhöht.

HAUSHALTAUSSTATTUNG MIT
PCs IN DEUTSCHLAND
(GESCHÄTZT)

PCs je 100 Einwohner



MEDION

Die MEDION-Strategie ist auch weiterhin auf leistungsfähige Multimedia-Rechner fokussiert. Dabei setzen diese Produkte bezüglich Ausstattung und Preis nach wie vor Maßstäbe, was durch viele positive Testberichte bestätigt wird. MEDION verwendet grundsätzlich Markenkomponenten namhafter Hersteller wie beispielsweise Intel, AMD, Seagate, Western Digital, Philips, ATI oder Nvidia.

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

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

MEDION Navi Marketingkampagne 2007

Bei mobilen Navigationsgeräten hat sich der starke Wachstumstrend weiter fortgesetzt. MEDION hat diese Entwicklung früh erkannt und in 2006 die Angebotspalette durch verschiedene neue Modelle und das Angebot zusätzlicher innovativer Ausstattungsvarianten wie zum Beispiel mit TMC Pro zur automatischen Stauumfahrung ausgebaut. Grundsätzlich gelten auch bei mobilen Anwendungen die gleichen Maßstäbe wie im Desktop-Segment: außergewöhnliches Preis-Leistungs-Verhältnis, hochwertige Komponenten, Plug and Play mit einer umfangreichen Softwareausstattung, ergänzt um ein umfassendes Servicepaket. Mobile Anwendungen werden aufgrund des allgemeinen Markttrends auch in Zukunft für MEDION ein wesentlicher Wachstumsträger sein.

Seit Ende Januar bis Ende März 2007 realisiert MEDION eine Navi-Kampagne, die über die Medien TV, Funk, Print und Online in Deutschland ausgestrahlt wird. Das Ziel dieser Werbekampagne ist die Förderung des Verkaufs der Produkte über das Internet sowie die Steigerung der Bekanntheit und des Image von MEDION.

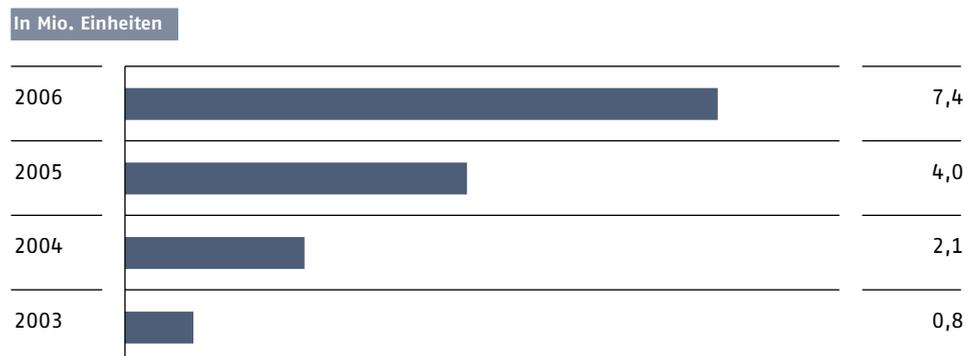
Hinter dieser Kampagne steht die Idee, den Menschen die Notwendigkeit der Navigationssysteme als Orientierungshilfe zu veranschaulichen und sie zu überzeugen, dass das Leben mit einem MEDION-Navigationssystem erheblich einfacher wird.

Die Idee wird umgesetzt, indem die Menschen mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen in Situationen gebracht werden, die sie aus ihrem Alltag kennen und die sie immer wieder in Verwirrung und Orientierungslosigkeit stürzen. Dadurch wird der Effekt der Orientierungshilfe mit MEDION für jedermann ganz leicht nachvollziehbar. Das Motto lautet daher „Wissen, wo es langgeht“.

Die Kampagne wird im Verlauf von 2007 auf weitere EU-Länder ausgeweitet.

Ebenso wird das Thema Formel 1 durch die Partnerschaft mit dem Formel-1-Team Spyker in diese Kampagne integriert. MEDION hat Adrian Sutil, den neuen deutschen Formel-1-Fahrer beim Team Spyker, bereits seit Beginn seiner Karriere gefördert und unterstützt. Die Partnerschaft umfasst unter anderem Logo-Präsenz auf den Autos und den Overalls der Fahrer sowie weitere Leistungen im Marketingbereich.

MARKT FÜR PORTABLE NAVIGATIONSLÖSUNGEN IN WESTEUROPA







Das Live-Erlebnis im Wohnzimmer ...

Immer bessere Bilder auf immer größeren Bildschirmen – so macht MEDION Filme zum Kinoerlebnis und Live-Übertragungen so realistisch wie nie zuvor. Werfen Sie nur mal einen Blick auf unsere LCD-TVs. Diese zeigen in brillanten Farben, was heute möglich ist. Zum Beispiel zwei Programme gleichzeitig sehen oder Virtual Dolby Surround Sound genießen.

„... gehört zu den besten Flachbildschirmen in dieser Größe, und der Preis ist ohne Konkurrenz“, sagt „Audio-Video-Foto-BILD“. Und das Schönste: MEDION verspricht, HD-LCD-TV ...

... wird für alle bezahlbare Realität.

- EUROPÄISCHER MARKT 2006: € 40 MRD.
- DIGITALISIERUNG SCHREITET VORAN
- WACHSTUMSSEGMENT FLACHBILDFERNSEHER

Wachstumstreiber der Unterhaltungselektronik ist weltweit die Digitalisierung.

Entscheidend für mehr Wachstum im Markt der klassischen Unterhaltungselektronik ist die Konvergenz von digitalen Endgeräten, Fotografie, Musik und Filmen zusammen mit der Computerwelt. Der Anteil digitaler Produkte am Gesamtmarkt hat sich dabei auf ca. 80 % ausgeweitet, dem steht ein weiter zurückgehendes Volumen für herkömmliche analoge TV-, Audio- und Videogeräte gegenüber. Dabei haben sich die Produktlebenszyklen aufgrund der hohen Innovationsgeschwindigkeit bei digitalen Produkten nochmals verkürzt.

Der Markt für klassische Unterhaltungselektronik ist europaweit in 2006 auf € 42 Mrd. Umsatz angewachsen. Allein in Deutschland, dem zweitgrößten europäischen Markt, stieg der Umsatz um 10,1 % auf € 13,4 Mrd. Den nach wie vor größten Anteil daran haben Fernsehgeräte, die um 28,9 % von € 3,539 Mrd. auf € 4,56 Mrd. zulegen.

Dabei hat sich der Rückgang bei klassischen Röhrenfernsehgeräten nochmals beschleunigt. In den Kernmärkten Westeuropas wurden in 2006 20 Mio. Fernseher verkauft. Wesentlichen Anteil mit knapp 90 % daran haben nach wie vor die Ersatzbeschaffungen.

HD MARKTPROGNOSE FÜR
EUROPA

	In Mio. Haushalten	Haushalte mit	Haushalte, die	Anteil Westeuro- päischer Haushalte
		HDTV-Display	HDTV empfangen	
2008		19	3	12,0 %
2007		11,5	1,5	7,0 %
2006		5	0,8	3,4 %
2005		2,5	0,3	1,2 %
2004		0,8	0,25	-

Der Verkauf von LCD-Fernsehern hat sich in Deutschland sowohl beim Umsatz als auch bei der Stückzahl mehr als verdoppelt (Stückzahl +108,0 % auf 2,570 Mio. – Umsatz +104,0 % auf € 2,865 Mrd.).

Der 50%ige Anstieg der Stückzahlen abverkaufter Plasma-TV-Geräte auf 450.000 wurde begleitet von einem relativ starken Rückgang der durchschnittlichen Verkaufspreise in diesem Segment, so dass der Umsatz nur um 25 % auf € 803 Mio. in 2006 anstieg.

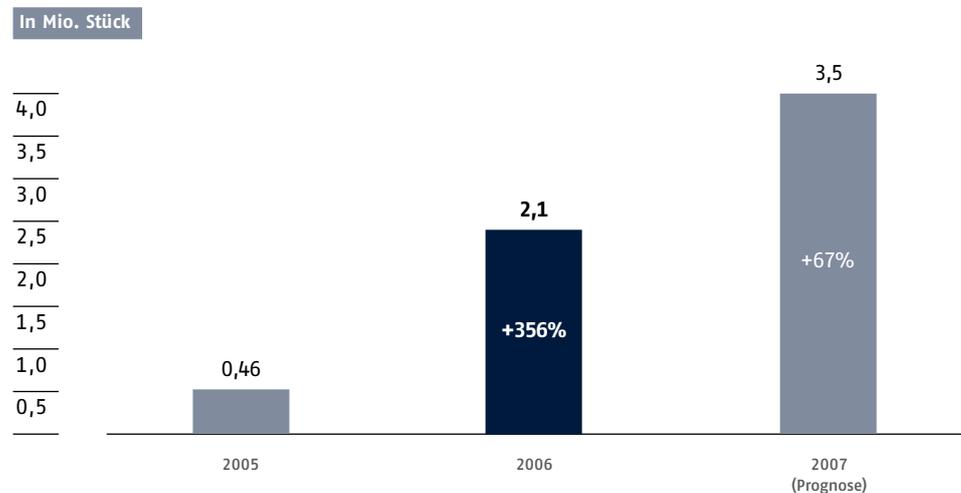
Nach den Fernsehern bildet die Fotografie ein nach wie vor leicht wachsendes umsatzstarkes Segment der Unterhaltungselektronik. Der Verkauf von digitalen Kameras war mit 7,85 Mio. Stück (+5,7 %) und einem Anstieg der Umsätze um 3,4 % auf € 1,988 Mrd. weiterhin auf hohem Niveau stabil.

Der Markt für tragbare MP3-Player erscheint nunmehr gesättigt. In 2006 gingen die Stückzahlen um 11,5 % auf 7,42 Mio. und die Umsätze um 2,5 % auf € 662 Mio. zurück.

Bei DVD-Playern ist die Stückzahl an verkauften Geräten um 14,6 % auf 3,633 Mio. zurückgegangen und der Umsatz fiel um 17,5 % auf nur noch € 255 Mio.

DVD-Recorder konnten zwar beim Absatz um 4 % auf 1,04 Mio. Stück zulegen, aufgrund rückläufiger Durchschnittsverkaufspreise ging der Umsatz in diesem Bereich jedoch um 10,0 % auf € 330 Mio. zurück.

ABSATZ HOCH AUFLÖSENDER
TV-GERÄTE IN DEUTSCHLAND



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

Diese Entwicklung könnte jedoch mittelfristig wieder in einen positiven Trend umschlagen, wenn die Entwicklung von High-Definition-Speichermedien vereinheitlicht wird.

Seit Mitte 2006 sind zwei optische HD-Medien verfügbar: die HD-DVD und die Blu-ray Disc. Beide bieten ein Vielfaches der bislang üblichen Datenkapazität. Solange ein einheitlicher Standard nicht besteht, werden beide Systeme miteinander konkurrieren und damit eher für Kaufzurückhaltung bei den Konsumenten sorgen.

Entscheidend für die weitere Entwicklung der Unterhaltungselektronik ist jedoch, inwieweit die Digitalisierung nicht nur bei der Speicherung von Inhalten vereinfacht wird, sondern auch, ab wann digitale Fernsehinhalte allen Konsumenten zugänglich gemacht werden.

Der Fernsehempfang in Deutschland teilt sich dabei in 1,59 Mio. Haushalte mit terrestrischem Antennenempfang auf, davon 63 % digital, in 13,79 Mio. Haushalte mit Satellitenempfangstechnik, davon 31 % digital, und in 19,43 Mio. Haushalte mit Kabelanschluss, davon 10,0 % digital (Quelle: Arbeitsgemeinschaft für Fernsehforschung AGF).

ENTWICKLUNG DIGITALER
TV-HAUSHALTE IN DEUTSCHLAND

In Mio. Haushalten	DVB-T (Terrestrik)	DVB-C (Kabel)	DVB-S (Satellit)	Gesamt
2009	1,6	3,6	10,7	15,9
2008	1,4	3,2	8,4	13,0
2007	1,2	2,9	6,4	10,5
2006	1,0	2,0	4,3	7,3
2005	0,7	2,1	3,4	6,2
2004	0,4	1,7	2,5	4,6
2003	0,2	1,4	2,0	3,6

Kabel (DVB-C), Satellit (DVB-S) und Terrestrik (DVB-T) bieten digitalen Fernsehempfang. Die Zahl der Haushalte mit Digitalreivern hat sich in den letzten zwei Jahren in Deutschland auf über 8 Mio. verdoppelt. Für das auch als Überall-Fernsehen bezeichnete DVB-T gibt es eine Reihe mobiler TV- und Receiverlösungen. Hier ist ein neuer Markt für mobile Minifernseher entstanden. Mit den entsprechenden Zusatzgeräten (eingebaut oder extern) lassen sich auch Notebooks in mobile TV-Geräte umwandeln.

Das Angebot an HDTV-Programmen wird sich im Jahr 2007 spürbar ausweiten. Schon jetzt strahlen in Europa 19 Kanäle regelmäßig HDTV-Sendungen aller Sparten aus – von Spielfilmen über Sportereignisse und Konzerte bis hin zu anspruchsvollen Dokumentationen.

Hinzu kommen erste High-Definition-Angebote der neuen IPTV-Dienste, des interaktiven Fernsehens über Internet-Strukturen: Hier gibt es hochauflösende Spielfilme zum Herunterladen – mit einer im Laufe des Jahres wachsenden Anzahl attraktiver Titel.

Für das Jahr 2007 erwartet die gfu ein breites Angebot an neuen HD-Camcordern, vom winzigen Modell, das mit einer Chipspeicherkarte filmt, über handliche Geräte mit eingebauten Festplatten bis hin zu Geräten, die DVD-Medien oder digitale Cassetten bespielen. Auch die neuen Videoplattformen werden den Übergang in die HD-Zukunft beschleunigen.

Für das Jahr 2007 rechnet die gfu mit der Veröffentlichung von mehreren 100 Filmtiteln auf den neuen High-Definition-Medien HD-DVD und Blu-ray Disc. Den großen Durchbruch des High-Definition-Fernsehens HDTV erwartet die gfu ab 2008: Dann werden die Olympischen Spiele in Peking weltweit in HDTV übertragen. Zu diesem Anlass planen auch die öffentlich-rechtlichen Programmanbieter in Deutschland den Einstieg in HDTV-Ausstrahlungen. Ab 2010 ist die vollständige Umstellung vorgesehen.





Das Beste am Telefonieren ...

Zu hohe Handykosten? Nicht aufregen. Einfach MEDIONmobile wählen. Seit seiner Einführung ist dieser Prepaidtarif immer wieder als günstigster ausgezeichnet worden. Und das Aufladen zum Weitertelefonieren ist denkbar einfach.

MEDION setzt nicht nur die Trends bei PCs, Notebooks, Navigationsgeräten und Home-Entertainment. Die große Akzeptanz und die positiven Testberichte haben gezeigt: MEDION geht auch bei Services und Dienstleistungen neue Wege und bringt den Markt in Bewegung. Das, was wir unseren Kunden dadurch geben ...

... ist das gute Gefühl, für viel Leistung wenig zu bezahlen.

- **MARKT DEUTSCHLAND: € 4,2 MRD.**
- **MEDIONMOBILE SEHR ERFOLGREICH**
- **WEITERER AUSBAU DER SERVICES**

Der Markt für Kommunikationstechnik umfasst zum einen die klassische Telekommunikation, Mobiltelefone, schnurlose Telefone, Telefax- und Kombinationsgeräte und zum anderen die Satellitenempfangstechnik.

Im Jahr 2006 wurden in Deutschland 20,74 Mio. Mobiltelefone verkauft. Dies ist eine Steigerung von 3,7 % gegenüber dem Vorjahr. Mit 82,8 Mio. Mobilfunkanschlüssen überstieg die Zahl der Handys im Sommer 2006 erstmals die der Einwohner in Deutschland.

Der Trend hin zur Nutzung von datentransferfähigen Handys hat sich dabei verstärkt. 37,1 % der Nutzer haben eine integrierte Digitalkamera, die Möglichkeit zum Download von Klingeltönen wird von 17,8 % in Anspruch genommen, die Weitergabe von MMS oder Videos von 17,1 %, das Laden und Abspielen von MP3-Dateien von 9,3 %, der Datenaustausch mit dem PC/PDA von 7,6 %, das Surfen im Internet von 6,1 % und das so genannte Handypayment, d. h. die Teilnahme am Zahlungsverkehr, erreicht mit steigender Tendenz einen Anteil von 0,6 %.

Bezogen auf die Anzahl der Mobilfunkteilnehmer spielt UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) nach wie vor eine nur untergeordnete Rolle. Mitte 2006 nutzten in Deutschland ca. 4 Mio. Teilnehmer das UMTS-System. Mit UMTS ist das Herunterladen von Dateien aus dem Internet, dank größerer Bandbreite, komfortabler möglich. Daher ist dieses Angebot für den privaten Konsumenten weniger interessant und wird vorrangig für beruflich genutzte Mobilfunktelefonie genutzt.

Seit der Fußball-WM 2006 ist in einigen Ballungszentren auch die Möglichkeit gegeben, Fernsehprogramme auf dem Handy anzuschauen. Die TV-Plattform Mobiles Fernsehen Deutschland überträgt bewegte Bilder im so genannten DMB-Standard.

Der deutsche Verbraucherpreisindex für Mobilfunkleistungen lag im Juni 2006 fast 13,0 % unter dem Vorjahresniveau. Die Entgelte für die Durchleitung von Gesprächen wurden gesenkt und der anhaltende Preiswettbewerb sorgte zusätzlich für rückläufige Durchschnittserlöse pro Kunden. Entscheidenden Anteil daran hatte ebenfalls der gestiegene Marktanteil von Prepaid-Karten ohne monatliche Grundgebühr.

4.4.2

Online-Services

- PREPAID IST WACHSTUMSMARKT
- ONLINE-FOTO-SERVICE WÄCHST WEITER
- DOWNLOAD-PLATTFORMEN: MEDIONMUSIC UND MEDIONBOX

Das Internet hat sich von einem reinen Informationsmedium zum Absatzmedium für Reisen und Produkte entwickelt und wird für Download-Services genutzt. Im Bereich des digitalen Musikvertriebs wächst die Zahl heruntergeladener Songs ständig an.

Voraussetzung hierfür ist die weitere Verbreitung so genannter breitbandiger Highspeed-Internetanschlüsse. Je mehr Bandbreite zur Verfügung steht, umso mehr Web-Angebote können entwickelt und genutzt werden. Der Nutzungszweck des Breitband-Internets wird in den nächsten Jahren im Bereich der Download-Services von bisher ca. 20 % auf 50 % ansteigen. In Deutschland und in anderen europäischen Staaten wächst der Markt der Videodownloads.

Das European Information Technology Observatorium (EITO) geht für Westeuropa von einem Umsatz von € 88 Mio. in 2006 aus. Bereits 2007 soll dieser Wert bei € 130 Mio. liegen und sich bis 2009 auf € 244 Mio. nahezu verdreifacht haben.

Über eine DSL-Leitung lassen sich Filme in akzeptabler Zeit aus dem Internet downloaden oder gestreamte Fernsehprogramme ansehen. Demgegenüber ist der digitale Online-Fotoservicemarkt in Deutschland und Europa erst am Anfang einer boomenden Entwicklung. In Deutschland wurden in 2006 7.8 Mio. Digitalkameras verkauft. Dabei steigt der Anteil der Digitalkamerabesitzer weiter an, die ihre Fotofinishingaufträge digital online platzieren. Ausgehend von einer eher konservativen Prognose, dass 50 % der Aufträge für Fotoabzüge über Online-Services gegeben werden, ist in den nächsten Jahren in Deutschland mit einem Marktpotential von 1,3 Mrd. Fotoabzügen zu rechnen.

PREPAID MARKTDATEN
VERGLEICH 2005 / 2006

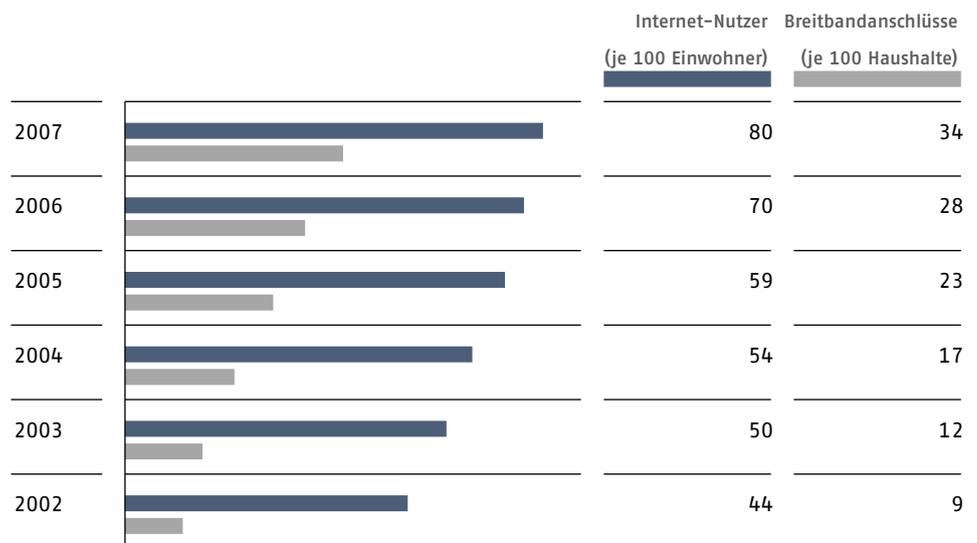
2006 In Mio. Kunden		Absolut	%
Gesamtmarkt		85,3	100,0
Prepaid		44,7	52,4
Postpaid		40,6	47,6

2005 In Mio. Kunden		Absolut	%
Gesamtmarkt		79,2	100,0
Prepaid		40,8	51,5
Postpaid		38,4	48,5

Die nach wie vor hohen Verkaufszahlen für MP3-Player (Deutschland 2006 => 7,4 Mio.) zeigen den Erfolg des Musicdownloads über das Internet. Der erhöhte Anteil der Musicdownloads auf mobile Geräte wird auch dadurch gestützt, dass immer mehr Handys als Musikabspielgeräte genutzt werden können. MEDION hat sich in diesem stark wachsenden Bereich der Online-Services mit eigenen Angeboten etabliert.

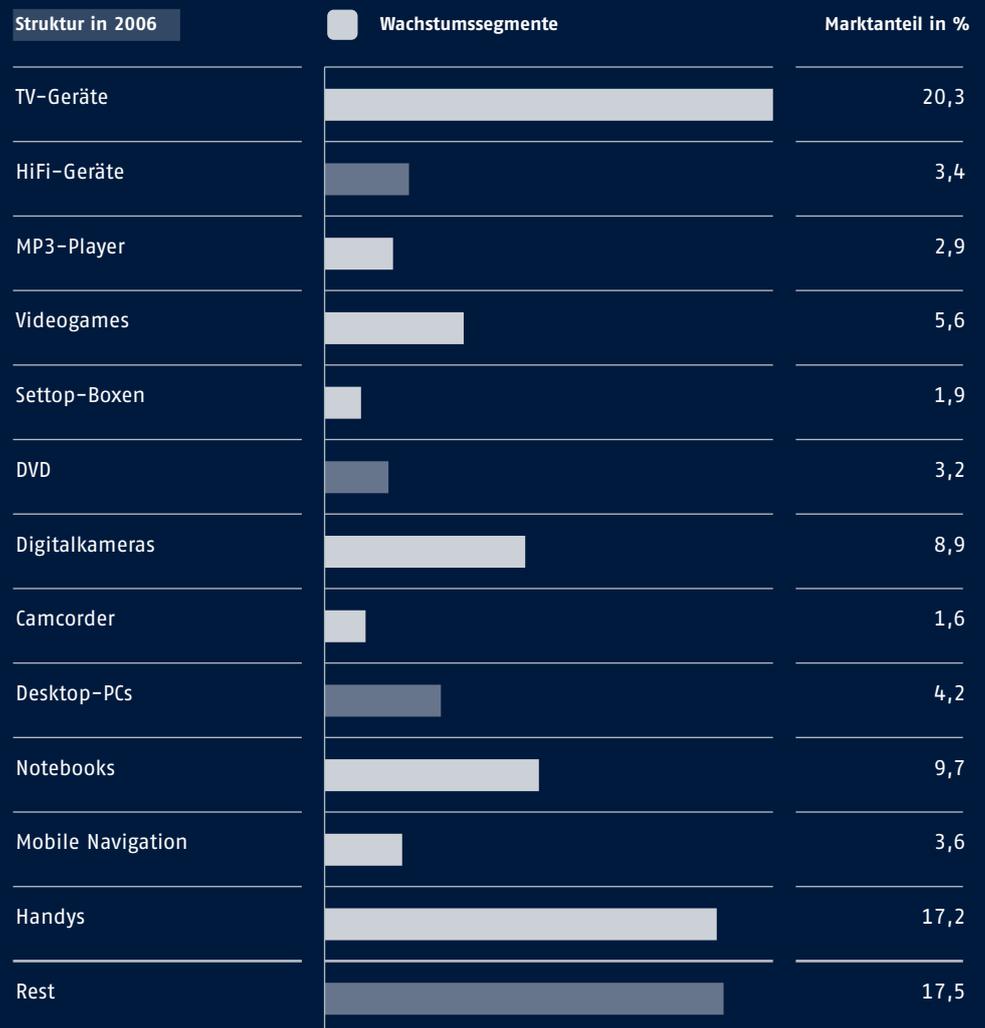
Sowohl der Fotoservice als auch MEDIONmusic und die MEDIONbox (für digitale Audio- und Videodownloads) und die MEDIONgames haben in 2006 höhere Umsätze erzielt.

INTERNET- UND BREITBAND-
NUTZUNG IN DEUTSCHLAND
PROGNOSE BIS 2007



MARKT DEUTSCHLAND
 CONSUMER-ELECTRONICS 2006
 NACH WERT
 (STRUKTUR IN %)

QUELLE: GfU/GfK





MEDION

MEDION

POWER SOURCE REPEAT



Der Himmel für Zuschauer ...

Der schönste Sat-Receiver hilft wenig, wenn die Speicherkapazität des Recorders zu gering ist. Deshalb hat MEDION einen Receiver mit praktisch unbegrenztem Speicher gebaut. Er verfügt über einen Datenhafen und eine externe portable Festplatte – Technik, die sich in den MEDION-PCs schon lange bewährt hat. So können Sie nicht nur alle aufgezeichneten Filme und Sport-Events einfach zu Freunden mitnehmen und dort anschauen, sondern mühelos auch an Ihrem MEDION-PC archivieren oder auf DVD brennen.

Und Sie müssen nie wieder überlegen, ob Sie bei der nächsten Sportübertragung an die Grenzen der Aufnahmekapazität gelangen. Das nennt man wohl ...

... himmlisch gute Technik.

5.1	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	51
5.1.1	Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	
5.1.2	Markt für Consumer-Electronics	
5.2	Unternehmenssituation	53
5.2.1	Geschäftsmodell	
5.2.2	Geschäftsentwicklung 2006	
5.3	Finanzbericht	56
5.3.1	Überblick	
5.3.2	Umsatzentwicklung	
5.3.3	Ertragslage	
5.3.4	Steuern	
5.3.5	Bilanzstruktur	
5.3.6	Kapitalflussrechnung	
5.4	Tochtergesellschaften	68
5.5	Personal	70
5.5.1	Entwicklung	
5.5.2	Struktur	
5.5.3	Wesentliche Vereinbarungen	
5.6	Forschung und Entwicklung	74
5.7	Corporate Governance/Vergütungsbericht	75
5.8	Risikobericht	79
5.8.1	Risikomanagement	
5.8.2	Risikomanagementsysteme	
5.8.3	Absatzbezogene Risikoposition	
5.8.4	Konjunktur	
5.8.5	Betrieb	
5.8.6	Recht	
5.8.7	Finanzen	
5.8.8	Personal	
5.8.9	Gesamtrisikosituation	
5.9	Prognosebericht	87
5.9.1	Konjunktur	
5.9.2	Unternehmensentwicklung	
5.9.3	Weiterentwicklung Geschäftsmodell	
5.9.4	Ausblick 2007	
5.10	Sonstige Angaben §§ 289 Abs. 4 / 315 Abs. 4 HGB	93

- WACHSTUM IN DEUTSCHLAND UND EUROPA
- STAGNIERENDE KONSUMAUSGABEN
- POSITIVE PROGNOSE FÜR 2007

Der Aufschwung der Weltwirtschaft hielt in 2006 an, hat sich jedoch im Verlauf des Jahres etwas verlangsamt. Nach den Aussagen des Herbstgutachtens der sechs führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute war ausschlaggebend, dass die konjunkturelle Dynamik insbesondere in den USA und Japan nachließ. Die Rohstoff- und Energiepreise stiegen aufgrund der lebhaften Weltkonjunktur weiter stark an und schlugen auf die Verbraucherpreise und das verfügbare Einkommen der Konsumenten durch, die Lohnkosten erhöhten sich demgegenüber in den meisten Industrieländern nur moderat.

Die Konjunktur im für MEDION relevanten Euroraum befindet sich im Aufschwung, wobei das Wachstum getragen wird von Ländern wie Deutschland und Italien, die in den Vorjahren unterdurchschnittliche Wachstumsraten verzeichneten. Die wesentlichen Impulse kamen neben unverändert hohen Exportraten insbesondere durch kräftig ausgeweitete Anlagen- und Ausrüstungsinvestitionen, die die Binnennachfrage belebten. Demgegenüber gingen vom privaten Konsum nur geringe Nachfrageerweiterungen aus. Allerdings wirkt sich das verbesserte Investitionsklima zunehmend positiv auf die Arbeitsmärkte aus, so dass im Verlauf des Jahres 2006 der private Konsum im Euroraum leicht zulegte.

In Deutschland hat sich das konjunkturelle Wachstum mit einem Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von gut 2,5 % (Vorjahr: 0,9 %) erheblich verstärkt.¹ Bei weiterhin kräftig steigenden Exporten, die in 2006 um über 11 % zulegten, wird der Aufschwung zunehmend von der Inlandsnachfrage belebt, die von einer deutlich verbesserten Investitionsneigung der Unternehmen geprägt wurde. Die verbesserten Absatz- und Ertragserwartungen und die gestiegene Kapazitätsauslastung der Unternehmen führten zu einer Zunahme der Anlageinvestitionen um 5,4 % (Vorjahr: 0,8 %) sowie der Ausrüstungsinvestitionen um 7,8 % (Vorjahr: 6,1 %). Demgegenüber blieben die Konsumausgaben der privaten Haushalte weiterhin schwach. Der moderate Zuwachs von 0,9 % in 2006 basiert auf einem geringen Ausgangsniveau des Vorjahres, in dem die Ausgaben noch deutlich rückläufig waren, und ist darüber hinaus zum Teil auf das Vorziehen von Käufen aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung zurückzuführen.

Zum Jahresende 2006 hin sind die Aussichten, dass sich der konjunkturelle Aufschwung im neuen Jahr fortsetzt, insgesamt günstig. Zwar wird den Haushalten durch die restriktive Finanzpolitik, insbesondere durch die Mehrwertsteuererhöhung und den Abbau von Steuervergünstigungen, Einkommen von annähernd € 20 Mrd. entzogen. Andererseits sind die Auftragsbücher der Unternehmen gut gefüllt, die Investitionstätigkeit wird durch die ausgelasteten Kapazitäten angeregt und wegen der nur noch bis Ende 2007 geltenden erhöhten Abschreibungssätze begünstigt. Zudem hat sich die Lage an den Arbeitsmärkten seit Anfang 2006 spürbar verbessert. Die Zahl der Arbeitslosen hat sich im Jahresdurchschnitt um fast 400.000 auf 4,5 Mio. verringert und ist im November 2006 erstmals unter 4 Mio. gesunken. Die Zahl der Erwerbstätigen ist im Jahresdurchschnitt um knapp 250.000 auf knapp 39,1 Mio. gestiegen. Damit erhöhen sich die Zahl der Einkommensbezieher und das verfügbare Einkommen.

¹ Die Zahlenangaben zur konjunkturellen Entwicklung in Deutschland basieren auf den Eckwerten der Konjunkturprognose 2007 des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung Essen vom 14. Dezember 2006.

Insgesamt wird sich die konjunkturelle Dynamik auf die privaten Konsumausgaben jedoch weiterhin nur geringfügig belebend auswirken, da sich die Zahl der Einkommensbezieher und damit das verfügbare Einkommen zwar erhöht, das zusätzliche Einkommen bei der Masse der Haushalte aber durch die Steuererhöhungen und die steigenden Energiekosten abgeschöpft wird und damit für den Verbrauch anderer Konsumgüter nicht zur Verfügung steht.

5.1.2

Markt für Consumer-Electronics

Der Markt für Consumer-Electronics in Deutschland hat in 2006 einen Umsatzzuwachs von € 0,9 Mrd., entsprechend 4,5 %, auf € 22,4 Mrd. (Vorjahr: € 21,5 Mrd.) verzeichnet.² Im Vorjahr hatte das Marktwachstum noch +7,5 % betragen.

Der Umsatzzuwachs wurde dabei ausschließlich im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik, die um € 1,225 Mrd. auf € 13,4 Mrd. zulegte und damit rund 60 % des Gesamtmarktes ausmacht, erzielt. Demgegenüber gingen die Umsätze im Bereich PC/Multimedia um € 0,195 Mrd. (-3,9 %) auf € 4,761 Mrd. und im Bereich der Telekommunikationsgeräte um € 0,070 Mrd. (-1,6 %) auf € 4,255 Mrd. zurück.

Wachstumstreiber in der Unterhaltungselektronik waren Flachbildschirm-TV-Displays und portable Navigationsgeräte. Die Flat-TVs haben mit über 3,0 Mio. abgesetzten Geräten die Absatzmengen nahezu verdoppelt und damit erstmals die Anzahl der verkauften Röhrengeräte (2,7 Mio.) übertroffen. LCD- und Plasma-Fernseher haben gleichzeitig aufgrund des deutlich höheren Preises pro Stück rund 80 % des Umsatzes im Bereich der Fernseher ausgemacht, der sich insgesamt auf € 4,6 Mrd. belief und damit um 28,9 % über dem Vorjahr lag. Die Absatzmengen bei portablen Navigationsgeräten lagen mit 2,1 Mio. Einheiten um mehr als das Dreifache über dem Vorjahr, der Umsatz steigerte sich um 230 % auf rund € 0,75 Mrd.

Im Bereich PC/Multimedia für private Nutzer hat sich der Trend zu mobilen Geräten laut gfu verstärkt. Notebooks legten bei den Absatzmengen deutschlandweit um nochmals 0,335 Mio. bzw. 17,2 % auf 2,280 Mio. Stück zu, demgegenüber gingen die Absatzzahlen bei Desktop-PCs um 12,5 % auf 1,450 Mio. zurück. Aufgrund des intensiven Wettbewerbs standen die Preise weiterhin unter Druck.

Insgesamt konnten die steigenden Verkaufszahlen bei Notebooks und PDAs den Absatzzrückgang bei Desktop-PCs und den Preisverfall nicht kompensieren, so dass die Umsätze im Bereich PC/Multimedia für Privatkunden erstmals seit mehreren Jahren um 3,9 % auf € 4,761 Mrd. rückläufig waren. Im Vorjahr hatte die Absatzsteigerung bei mobilen Geräten noch zu einem Umsatzzuwachs von 5,1 % auf € 4,956 Mrd. im Marktsegment PC/Multimedia in Deutschland geführt.

² Die Zahlenangaben für die Entwicklung im Consumer-Electronics-Markt in Deutschland stammen aus dem Consumer-Electronics-Markt-Index CEMIX, der von der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) zusammen mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) herausgegeben wird.

- CONSUMER-ELECTRONICS FÜR BREITE KÄUFERSCHICHTEN
- MOBILFUNKDIENSTLEISTUNGEN DURCH MEDIONMOBILE
- ONLINE-SERVICES WERDEN AUSGEBAUT

Das MEDION-Geschäftsmodell

Das MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, hochwertige und innovative Trendprodukte und Dienstleistungen im Bereich der Consumer-Electronics in großen Stückzahlen für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Dabei steht der Name MEDION für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Qualitätsanspruch bei bestem Preis-Leistungs-Verhältnis in den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik. Ergänzend zu dem klassischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/ MEDIONmobile, Downloads und Online-Dienste.

MEDION-Kunden sind in erster Linie international agierende Handelskonzerne. MEDION realisiert mit diesen Partnern hochvolumige Projekte und Verkaufsaktionen, wobei in vielen Fällen die gleichen Produkte zur selben Zeit in mehreren Ländern angeboten und vertrieben werden. Dabei umfasst das Leistungsspektrum die komplette Wertschöpfungskette von der Marktforschung über Produktkonzeption, Design, Produkt- und Qualitätsmanagement, Logistik bis hin zum After-Sales-Service. Die Kunden haben damit in MEDION einen Ansprechpartner, der mit ausgewiesener Kompetenz und Erfahrung in der Lage ist, Verkaufsaktionen für Produkte und Dienstleistungen der Konsumelektronik national sowie international erfolgreich umzusetzen, einen exzellenten After-Sales-Service zu gewährleisten und den Endkunden komplementäre und mit der technischen Basis abgestimmte innovative Dienstleistungen zu dem bekannt günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten.

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

- ANHALTENDER PREISVERFALL
- DEUTLICHER UMSATZ- UND ERGEBNISRÜCKGANG
- HOHER RESTRUKTURIERUNGSAUFWAND

Markt- und Ertragsentwicklung des MEDION-Konzerns in 2006

MEDION hat besondere Kompetenz und seinen Umsatzschwerpunkt im Bereich PC/Multimedia, der insgesamt fast 70 % des Umsatzes ausmacht. Die Unterhaltungs- und Haushaltselektronik trägt mit ca. 20 % und die Kommunikationstechnik bei steigender Tendenz über 10 % zum Umsatz bei.

Dabei hat MEDION mit seiner Fokussierung auf den Projektvertrieb über Discount-Retailer eine Sonderstellung im Markt und ist von der Markteinschätzung und Geschäftsentwicklung seiner Partner in diesem Vertriebssegment besonders geprägt.

Nach einer für MEDION im ersten Halbjahr 2006 insgesamt planmäßig verlaufenen Geschäftsentwicklung haben sich die Auftragseingänge gegen Ende des dritten Quartals und insbesondere für das vierte Quartal 2006 deutlich unter den Erwartungen entwickelt. Die vor dem Hintergrund der sich abzeichnenden konjunkturellen Belebung und durch die Fußball-WM für den Sommer branchenweit erwarteten positiven Impulse auf die Nachfrage nach Consumer-Electronics sind zwar in Teilbereichen eingetreten, blieben jedoch insgesamt deutlich unter den hohen Erwartungen zurück. Insbesondere waren die Endverbraucher im Sommer 2006 beim Kauf von IT-Multimedia-Produkten zurückhaltend; dies vor allem auch deshalb, weil große Innovationen fehlten und die Markteinführung von Windows Vista auf das Frühjahr 2007 verschoben wurde. Infolgedessen kam es in diesem für MEDION zentralen Marktbereich aufgrund der hohen Anzahl von Artikeln im Markt bei den Herstellern und im Einzelhandel zu einem noch weiter verstärkten Druck auf die Preise und Margen. Zusammen mit der Unsicherheit über die Nachfrageentwicklung führte dies im Verlauf des dritten Quartals zu einem nochmals deutlich vorsichtigeren Orderverhalten bei den für MEDION wesentlichen Kunden. Davon waren sowohl das Inland als auch das europäische Ausland gleichermaßen betroffen. In der Folge blieben die Ordermengen und auch insbesondere die im Rahmen der Projekte zu kalkulierenden Preispunkte für das dritte wie auch für das umsatzstarke vierte Quartal wesentlich hinter den Erwartungen und den kommunizierten Planungen zurück. Der Vorstand hat daher in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat am 2. Oktober 2006 im Rahmen einer Ad-hoc-Mitteilung eine entsprechend nach unten angepasste Umsatz- und Ergebnisprognose für das Jahr 2006 veröffentlicht und die Maßnahmen zur Kostensenkung nochmals stark intensiviert.

Das defensive Orderverhalten der Kunden für das vierte Quartal 2006 kam gerade auch vor dem Hintergrund der Entwicklung im Vorjahr unerwartet. In 2005 waren nach einem insgesamt enttäuschenden ersten Halbjahr trotz der damals noch schlechteren konjunkturellen Rahmenbedingungen die Auftragseingänge für das vierte Quartal offensiver ausgefallen und lagen letztlich insgesamt sogar über dem Vorjahreswert.

Im Verlauf des vierten Quartals 2006 hat sich dann bestätigt, dass die MEDION-Produkte weiterhin sehr gut im Markt positioniert sind und im Trend lagen. Die Aktionen sind gut abverkauft worden und es war festzustellen, dass bei der guten Akzeptanz und der Nachfrage durch die Endkunden zusätzliches Umsatzpotential bestanden hätte.

Erfreulich und insgesamt positiv haben sich die neuen Dienstleistungen MEDIONmobile und MEDION-Fotoservice entwickelt. Dabei hat erwartungsgemäß vor allem das Angebot von Dienstleistungen im Mobilfunkbereich deutlich zugelegt und zu einem Zuwachs der Umsätze im Bereich Kommunikationstechnik geführt.

Die im Gesamtmarkt der Consumer-Electronics in 2006 sehr erfolgreich verkauften Flachbildschirm-Fernseher führten bei MEDION noch zu einer verhaltenen Umsatzentwicklung. Die Preispunkte dieser Produkte hatten in 2006 noch nicht das Niveau erreicht, das für einen erfolgreichen Vertrieb in großen Stückzahlen im Massenmarkt erforderlich ist. Entgegen dem Trend im Gesamtmarkt konnte MEDION daher bei den Flat-TV-Displays in 2006 noch keine wesentlichen Umsatzzuwächse realisieren.

Insgesamt hat das deutlich reduzierte Orderverhalten für das vierte Quartal zusammen mit dem Preisverfall und dem bewussten Verzicht auf transaktionsintensives Geschäft dazu geführt, dass sich die Umsatzerlöse in 2006 mit € 1,605 Mrd. gegenüber dem Vorjahr um rund 36,5 % verringerten.

Das Ergebnis 2006 wurde neben dem umsatzbedingten Ertragsrückgang durch Sonderfaktoren belastet. Der hohe Preisdruck und das Überangebot an Ware im Markt haben die Rahmenbedingungen für die Zweitvermarktung von Retouren- und Servicewaren spürbar verschlechtert. Zudem konnten der sonstige betriebliche Aufwand und der Personalaufwand aufgrund der Kostensenkungsmaßnahmen zwar deutlich reduziert werden, dennoch liegen die Service- und Reparaturaufwendungen aufgrund der hohen garantiebehafeten Stückzahlen im Markt noch auf hohem Niveau und verteilen sich aufgrund der rückläufigen Umsätze auf eine geringere Umsatzbasis.

Der Vorstand hat sich daher entschlossen, den Risiken durch erhöhte Rückstellungsbildung für Gewährleistungen und Abschriften im Vorratsvermögen Rechnung zu tragen. Auf die Notwendigkeit und die Größenordnung dieser zusätzlichen bilanziellen Risikovorsorge wurde ebenfalls bereits in der am 2. Oktober 2006 veröffentlichten angepassten Umsatz- und Ergebnisprognose hingewiesen.

- **STABILE ROHERTRAGSMARGE**
- **POSITIVES OPERATIVES ERGEBNIS VOR SONDERAUFWENDUNGEN**
- **KONZERNJAHRESFEHLBETRAG VON € 65,4 MIO.**

Das Geschäftsjahr 2006 verlief insbesondere aufgrund der für das traditionell umsatzstarke vierte Quartal reduzierten Aufträge mit einem Umsatzrückgang um 36,5 % auf € 1,605 Mrd. insgesamt sehr enttäuschend und deutlich unter den ursprünglichen Planungen.

Umsatzbedingt ging der Rohertrag – bei einer um 0,4 %-Punkte verbesserten Marge – um € 81,8 Mio. auf € 159,2 Mio. zurück. Die betrieblichen Aufwendungen im Bereich der Personalkosten und der sonstigen betrieblichen Aufwendungen/Erträge konnten durch konsequente und im Verlauf des Jahres 2006 noch einmal forcierte Einsparungsmaßnahmen bereits um über € 45,3 Mio. und damit rund 23 % reduziert werden, so dass ein positives operatives Ergebnis vor Sonderaufwendungen von € 6,4 Mio. erreicht wurde.

Das Ergebnis ist durch außerplanmäßige Aufwendungen für die Erhöhung der Gewährleistungsrückstellung von € 40 Mio. sowie Abschriften und realisierte Wertberichtigungen aus Abverkäufen von Vorratsbeständen von zusammen € 60 Mio. belastet, die Einmalcharakter haben und in der Gewinn- und Verlustrechnung gemäß IAS 1.86f gesondert ausgewiesen werden.

Das EBIT einschließlich dieser Sonderaufwendungen liegt bei € -93,6 Mio. Da diese Sonderaufwendungen im Wesentlichen nicht zahlungswirksam waren, wurde in 2006 trotz des Umsatzrückganges ein positiver Brutto Cashflow von € 6,1 Mio. erzielt.

Das Konzernergebnis wird durch die Aktivierung latenter Steuern auf die in Zukunft nutzbaren steuerlichen Verlustvorträge entlastet, so dass in 2006 ein Konzernjahresfehlbetrag nach Steuern von € 65,4 Mio. ausgewiesen wird.

Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

Finanzbericht

57 |

5.3.1 Überblick

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2006		2005		+/-	
Umsatz	1.604,6	100,0	2.526,7	100,0	-922,1	-36,5
Materialeinsatz	-1.445,4	-90,1	-2.285,7	-90,5	840,3	36,8
Rohhertrag	159,2	9,9	241,0	9,5	-81,8	-33,9
Personalaufwand	-51,8	-3,2	-59,9	-2,4	8,1	13,5
Übrige Aufwendungen und Erträge	-92,9	-5,8	-130,1	-5,1	37,2	28,6
Abschreibungen	-8,1	-0,5	-8,5	-0,3	0,4	4,7
Operatives EBIT vor Sonderaufwendungen	6,4	0,4	42,5	1,7	-36,1	-84,9
Sonderaufwendungen	-100,0	-6,2	-20,5	-0,8	-79,5	>-100,0
EBIT	-93,6	-5,8	22,0	0,9	-115,6	>-100,0
Finanzergebnis	-2,0	-0,1	-4,1	-0,2	2,1	51,2
EBT	-95,6	-5,9	17,9	0,7	-113,5	>-100,0
Steuern	30,2	1,9	-8,7	-0,3	38,9	>-100,0
Konzernergebnis	-65,4	-4,0	9,2	0,4	-74,6	>-100,0

- STARKER UMSATZRÜCKGANG IM 4. QUARTAL 2006
- ALLE REGIONEN BETROFFEN
- KOMMUNIKATIONSTECHNIK WÄCHST UM 78 %

Nach einem insgesamt erwartungsgemäßen Umsatzverlauf im ersten Halbjahr haben sich die Umsätze beginnend im dritten und insbesondere im vierten Quartal deutlich unter den Erwartungen entwickelt. In dem für die Branche und MEDION besonders wichtigen Weihnachtsquartal haben sich die Umsätze von MEDION von € 1,076 Mrd. in 2005 um 49,8 % auf € 540,2 Mio. in 2006 ermäßigt. Ursächlich hierfür war ein hinsichtlich der Ordermengen und der zu kalkulierenden Preispunkte unerwartet vorsichtiges Orderverhalten der Kunden. Hinzu kamen der durch den hohen Wettbewerbsdruck verschärfte Preisverfall bei den umsatzstarken Produkten aus den Bereichen Notebooks, Desktop-PCs und PDAs/PNAs sowie der bewusste Verzicht auf transaktionsintensives Geschäft.

Diese Entwicklung betraf sowohl den deutschen Markt als auch die meisten europäischen Länder. Der Konzernumsatz ging daher in 2006 insgesamt um 36,5 % von € 2,527 Mrd. in 2005 auf € 1,605 Mrd. zurück.

UMSÄTZE NACH

REGIONEN

	Mio.€		%		Mio.€		%	
	2006		2005		+/-			
Deutschland	1.076,2	67,1	1.698,8	67,2	-622,6		-36,6	
Europa	460,9	28,7	768,9	30,4	-308,0		-40,1	
USA	8,1	0,5	24,7	1,0	-16,6		-67,2	
Übriges Ausland	59,4	3,7	34,3	1,4	25,1		73,2	
Umsatz	1.604,6	100,0	2.526,7	100,0	-922,1		-36,5	

Wesentliche Umsatzträger im MEDION-Konzern waren in 2006 die im Geschäftsbereich PC/Multimedia zusammengefassten Produktgruppen Personalcomputer, Notebooks sowie mobile Navigationsgeräte mit zusammen ca. 50 %.

UMSÄTZE NACH

GESCHÄFTSBEREICHEN

	Mio.€		%		Mio.€		%	
	2006		2005		+/-			
PC/Multimedia	1.114,6	69,4	1.798,5	71,2	-683,9		-38,0	
Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	318,9	19,9	632,3	25,0	-313,4		-49,6	
Kommunikationstechnik	171,1	10,7	95,9	3,8	75,2		78,4	
Umsatz	1.604,6	100,0	2.526,7	100,0	-922,1		-36,5	

5.3.3

Ertragslage

- STABILE ROHERTRAGSMARGE
- ERFOLGREICHE KOSTENSENKUNGSMASSNAHMEN
- HOHE SONDERAUFWENDUNGEN VON € 100 MIO.

Rohertrag

Die Rohertragsmarge konnte von 9,5 % in 2005 auf 9,9 % in 2006 verbessert werden und hat damit nahezu wieder das Niveau von 2004 erreicht. Die bereits im Vorjahr eingeleitete Bereinigung um Produkte und Auftragsarten mit zu geringen Margen und Losgrößen sowie zu hoher Serviceintensität hat dazu beigetragen. Daneben hat sich der erfolgreiche Aufbau des Dienstleistungsgeschäftes in der verbesserten Rohertragsquote niedergeschlagen.

Umsatzbedingt ging der Rohertrag in 2006 um € 81,8 Mio. auf € 159,2 Mio. zurück, wobei sich der Rohertrag aufgrund der verbesserten Marge mit 33,9 % gegenüber dem Umsatz unterproportional verringerte.

Personalaufwand

Die Kostensenkungsmaßnahmen im Personalbereich wurden in 2006 und insbesondere im zweiten Halbjahr forciert. Der Personalaufwand wurde nach einer Kosteneinsparung im Vorjahr von 4,4 % in 2006 um weitere 13,5 % reduziert. Dadurch ermäßigten sich die Personalkosten um € 8,1 Mio. auf € 51,8 Mio.

Wesentlicher Faktor für die Personalkostensenkung war die um 253 auf 1.298 in 2006 gesunkene durchschnittliche Mitarbeiterzahl (Vollzeitäquivalente). Zum 31. Dezember 2006 waren – umgerechnet in Vollzeitäquivalente – 1.168 Mitarbeiter im MEDION-Konzern beschäftigt.

Darüber hinaus wurden auch in 2006 zusätzliche Kosteneinsparungen durch Umsetzung variabler Arbeitszeitmodelle und geänderte Vergütungssysteme realisiert.

PERSONALAUFWAND

	2006	2005
Personalaufwand gesamt in T€	51.754	59.903
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.298	1.551
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	39.872	38.622

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Entwicklung der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl, getrennt nach Mitarbeitergruppen sowie Inland und Ausland.

ENTWICKLUNG DER
DURCHSCHNITTLICHEN
MITARBEITERZAHL

	Inland	Ausland	Gesamt	In %
	2006			
Kaufmännisch	516	62	578	44,6
Gewerblich/technisch	129	83	212	16,3
Call-Center	412	96	508	39,1
	1.057	241	1.298	100,0
In %	81,4	18,6	100,0	

	Inland	Ausland	Gesamt	In %
	2005			
Kaufmännisch	584	85	669	43,1
Gewerblich/technisch	150	96	246	15,9
Call-Center	503	133	636	41,0
	1.237	314	1.551	100,0
In %	79,8	20,2	100,0	

Abschreibungen

Die Abschreibungen liegen mit € 8,1 Mio. um € 0,4 Mio. unter Vorjahresniveau. Darin enthalten sind Abschreibungen auf Sachanlagen von € 4,1 Mio. und auf immaterielle Vermögensgegenstände – insbesondere EDV-Software – von € 4,0 Mio.

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge

Werte in Mio.€	2006	2005
Sonstige betriebliche Aufwendungen		
Vertriebsaufwendungen	-76,7	-110,9
Verwaltungsaufwendungen	-13,1	-16,1
Betriebsaufwendungen	-6,8	-5,8
Übrige	-3,1	-7,2
	-99,7	-140,0
Sonstige betriebliche Erträge	6,8	9,9
Saldo sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	-92,9	-130,1

Im Bereich der Vertriebsaufwendungen konnten Kosteneinsparungen von € 34,2 Mio. (-30,8 %) auf € 76,7 Mio. in 2006 realisiert werden. Die Verminderung resultiert wesentlich aus Kostenreduzierungen in den Bereichen der Ausgangslogistik, des Service und der Werbe- und Messekosten. Bedingt durch die Aufgabe des kleinteiligen dezentralen Geschäftes konnte ein – bezogen auf den Umsatzrückgang und unter Berücksichtigung der Preisentwicklung – überproportionaler Kostenrückgang verzeichnet werden. Im Bereich des Service konnten erhebliche Einsparungen durch Zusammenfassen und Konsolidierung von Servicestützpunkten erzielt werden. Ferner trugen ein verbessertes Servicemodell (Vor-Ort-Service anstatt Austausch) für große TV-Geräte und der Verzicht auf Expresszustellung bei der Endkundenauslieferung zur Kostensenkung bei. Belastet wurden die Vertriebsaufwendungen hingegen durch verstärktes Outsourcing von Call-Center Leistungen bei damit einhergehender Personalkostensenkung.

Die Minderung der Verwaltungskosten (€ -3,0 Mio. = -18,6 %) wurde im Wesentlichen durch den Abbau von Kosten für Fremdleistungen und Bewachung, Versicherungen und Beiträgen sowie durch günstigere Telekommunikationstarife erzielt. Der Kostenanstieg bei den Betriebsaufwendungen um rund € 1,0 Mio. ist durch Renovierungen am Betriebsstandort Essen-Kray verursacht.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betreffen wie in den Vorjahren Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Versicherungserstattungen und periodenfremde Erträge. Die Minderung gegenüber dem Vorjahr ergab sich insbesondere durch geringere periodenfremde Erträge.

Sonderaufwendungen

Die Sonderaufwendungen setzen sich aus außerplanmäßigen Abwertungen auf Vorräte von rund € 60 Mio. und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung von € 40,0 Mio. zusammen.

Werte in T€	2006	2005
Abwertungen auf Vorräte (Retouren- und Servicebestände sowie auslaufende Sortimentswaren)	51.163	15.906
Realisierte Wertberichtigungen aus Abverkäufen	8.852	3.402
Zuführung zur Gewährleistungsrückstellung	40.000	0
Restrukturierung von Vertriebs- und Servicestandorten	0	1.205
	100.015	20.513

Aufgrund verschlechterter Rahmenbedingungen am Absatzmarkt, insbesondere für die Zweitvermarktung von Service- und Retourenwaren, wurden im zweiten Halbjahr außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von € 51,2 Mio. auf die entsprechenden Vorratssegmente vorgenommen. Darüber hinaus wurden aus dem gezielten Abverkauf von wertgeminderten Beständen Aufwendungen von € 8,9 Mio. realisiert.

Die Gewährleistungsrückstellung stellt die bilanzielle Risikovorsorge für die aus den Gewährleistungsverpflichtungen zu erwartenden zukünftigen Kostenbelastungen dar. Kostentreiber sind die Anzahl der garantiebehafteten Artikel im Markt sowie die Entwicklung der Service- und Retourenquoten der einzelnen Produktarten. Die wesentlichen Kostenbelastungen betreffen dabei insbesondere Personal- und Fremdleistungskosten sowie die Logistik für die Gewährleistungs- und Reparaturabwicklung. Die Materialkosten für Ersatzteile und Austauschlieferungen sind von geringerer Bedeutung, da diese in den wesentlichen Bereichen an die Vorlieferanten weiterbelastet werden können.

Die Rückstellung wird branchenüblich durch eine pauschale Berechnung in Abhängigkeit zum jeweiligen garantiebehafteten Umsatz eines Jahres berechnet. Im Verlaufe des Jahres 2006 sind Entwicklungen eingetreten, die den Vorstand zu einer Erhöhung der Schätzparameter für die Rückstellungsbewertung veranlasst haben. Die Stückzahlen der garantiebehafteten Artikel im Markt sind weiterhin hoch, aufgrund der in wesentlichen Produktgruppen vorliegenden zwei- bis dreijährigen Garantiezeiträume ist ein Abflachen nur mit zeitlicher Verzögerung zu erwarten.

Die zunehmenden Funktionalitäten und die digitale Vernetzung führen zu einer größeren Produktkomplexität und zu einer höheren Serviceintensität insbesondere in den Bereichen Hotline und Reparatur. Diese Aspekte schlagen sich demzufolge branchenweit auch in einem – bezogen auf den Umsatz – höheren prozentualen Kostenniveau für den Service nieder. Gleichzeitig verteilen sich die Servicekosten bei rückläufigem Umsatz auf eine geringere Umsatzbasis. Vor diesem Hintergrund wurde die Gewährleistungsrückstellung gegenüber der Berechnung auf Basis der in Vorjahren angewandten Schätzparameter um € 40 Mio. auf € 80,5 Mio. zum Abschlussstichtag erhöht.

Die Sonderaufwendungen haben Einmalcharakter und werden in der Gewinn- und Verlustrechnung entsprechend IAS 1.86f gesondert ausgewiesen.

5.3.4

Steuern

Im Geschäftsjahr 2006 wurden entsprechend der IAS-Vorschriften erstmalig aktive latente Steuern auf die in künftigen Jahren voraussichtlich nutzbaren steuerlichen Verlustvorträge in Höhe von € 29,7 Mio. aktiviert. Der Berechnung liegen die zurzeit in Deutschland geltenden Steuersätze für Gewerbe- und Körperschaftsteuer zugrunde, die zusammen eine Ertragsteuerbelastung von ca. 40 % ausmachen.

Aufgrund des in 2006 trotz des Umsatzrückganges positiven operativen EBIT (vor nicht zahlungswirksamen Sonderaufwendungen mit einmaligem Charakter) von rund € 6,4 Mio. sowie des positiven Brutto Cashflow von € 6,1 Mio. wurde für die Berechnung der aktiven latenten Steuern davon ausgegangen, dass für die Zukunft mit einer ausreichenden Wahrscheinlichkeit mit positiven Ergebnissen gerechnet werden kann.

5.3.5

Bilanzstruktur

- STABILE EIGENKAPITALQUOTE VON 53,5 %
- FORDERUNGEN UND VORRÄTE ABGEBAUT
- FREIE LIQUIDITÄT WEITER VERBESSERT

Vermögens- und Finanzlage

Durch den geringeren Geschäftsumfang im vierten Quartal hat sich die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2006 gegenüber dem Vorjahr um 17,4 % auf € 684,4 Mio. verkürzt.

Dabei haben sich die Bilanzrelationen trotz des Konzernverlustes 2006 von € 65,4 Mio. insgesamt verbessert. Unter Berücksichtigung der Dividendenausschüttung für 2005 (€ 9,2 Mio.) hat sich das Eigenkapital zwar um insgesamt € 75,0 Mio. ermäßigt, beläuft sich aber immer noch auf € 366,2 Mio. Die Eigenkapitalquote beträgt 53,5 % nach 53,3 % im Vorjahr.

Die Mittelbindung im Working Capital auf der Aktivseite hat sich deutlich reduziert. Die Forderungen liegen um € 225,1 Mio. und die Vorräte um € 85,5 Mio. niedriger als im Vorjahr. Mit den dadurch verfügbar gemachten Finanzmitteln wurden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stichtagsbezogen um € 86,8 Mio. zurückgeführt und die freie Liquidität um € 144,1 Mio. auf € 271,2 Mio. erhöht.

EIGENKAPITALQUOTE
2006 / 2005

	Werte in %	Eigenkapitalquote
2006		53,5
2005		53,3

Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

Finanzbericht

65 |

5.3.5 Bilanzstruktur

BILANZSTRUKTUR

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2006		2005		+/-	
Liquide Mittel	271,2	39,6	127,1	15,3	144,1	113,4
Vorräte	160,8	23,5	246,3	29,7	-85,5	-34,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	125,7	18,4	350,8	42,3	-225,1	-64,2
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	48,5	7,2	50,9	6,2	-2,4	-4,7
Kurzfristige Vermögenswerte	606,2	88,7	775,1	93,5	-168,9	-21,8
Sachanlagen	36,1	5,3	37,1	4,5	-1,0	-2,7
Immaterielle Vermögenswerte	7,2	1,0	9,4	1,1	-2,2	-23,4
Latente Steuern	29,4	4,3	3,8	0,5	25,6	>+100,0
Sonstige langfristige Vermögenswerte	5,5	0,7	3,3	0,4	2,2	66,7
Langfristige Vermögenswerte	78,2	11,3	53,6	6,5	24,6	45,9
Summe Aktiva	684,4	100,0	828,7	100,0	-144,3	-17,4
Verbindlichkeiten a. Lieferungen u. Leistungen	151,1	22,1	237,9	28,7	-86,8	-36,5
Steuerrückstellungen	0,3	0,0	0,6	0,1	-0,3	-50,0
Übrige Rückstellungen	152,7	22,3	124,2	15,0	28,5	22,9
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10,9	1,6	21,5	2,6	-10,6	-49,3
Kurzfristige Verbindlichkeiten	315,0	46,0	384,2	46,4	-69,2	-18,0
Langfristige Verbindlichkeiten	3,2	0,5	3,3	0,3	-0,1	-3,0
Eigenkapital	366,2	53,5	441,2	53,3	-75,0	-17,0
Summe Passiva	684,4	100,0	828,7	100,0	-144,3	-17,4

- SONDERAUFWENDUNGEN MIT € 91,2 MIO. NICHT ZAHLUNGSWIRKSAM
- REDUZIERTE INVESTITIONSAUSGABEN
- FINANZMITTELÜBERSCHUSS

Unter Hinzurechnung der mit € 91,2 Mio. nicht zahlungswirksamen Sonderaufwendungen (Zuführung zur Gewährleistungsrückstellung von € 40,0 Mio. und Abschreibungen auf Vorräte von € 51,2 Mio.) sowie der planmäßigen Abschreibungen auf Anlagevermögen und der Zuführung zur Pensionsrückstellung von zusammen € 8,5 Mio. zum Ergebnis vor Zinsen und Steuern errechnet sich ein Brutto Cashflow von € 6,1 Mio. Damit hat der MEDION-Konzern aus den laufenden Erträgen und Aufwendungen des Geschäftsjahres 2006 trotz des deutlichen Ergebnismrückganges noch einen Finanzmittelüberschuss von € 6,1 Mio. erwirtschaftet.

Durch das verringerte Geschäftsvolumen kam es zu einer weiteren deutlichen Verringerung der im Netto-Umlaufvermögen (Working Capital) gebundenen Finanzmittel um € 153,7 Mio., so dass sich ein Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit von € 157,2 Mio. ergab.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit hat sich von € 12,5 Mio. im Vorjahr deutlich auf € 2,2 Mio. in 2006 reduziert. Die Investitionen in den neuen Betriebsstandort in Essen-Kray sind weitgehend abgeschlossen, so dass dafür in 2006 lediglich noch € 2,7 Mio. (Vorjahr: € 8,3 Mio.) investiert wurden. Daneben wurden Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen in Betriebsausstattung sowie EDV-Hard- und Software von zusammen € 4,5 Mio. getätigt. Insgesamt wurden Investitionsausgaben von zusammen € 7,2 Mio. (Vorjahr: € 12,9 Mio.) getätigt. Dem standen Zahlungsmittelzuflüsse von € 5,0 Mio. gegenüber, die im Wesentlichen mit € 2,7 Mio. aus der Rückerstattung von geleisteten Anzahlungen des Finanzanlagevermögens und mit € 1,7 Mio. aus dem Verkaufserlös des bis zum Umzug nach Essen-Kray für das Call-Center genutzten Containergebäudes stammen.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit hat sich um € 22,3 Mio. auf € 10,8 Mio. reduziert. Darin haben sich die um € 17,4 Mio. auf € 9,2 Mio. reduzierten Dividendenausüttungen sowie die um € 4,9 Mio. verringerten Netto-Auszahlungen für Finanzierungskosten niedergeschlagen. Hintergrund der geringeren Netto-Finanzierungskosten waren die aufgrund der Mittelfreisetzung im Working Capital verbesserte Liquidität und die aufgrund des reduzierten Umsatzvolumens geringeren Linieninanspruchnahmen.

Liquidität

Dem Finanzmittelfonds von € 271,2 Mio. standen zum 31. Dezember 2006 Bank- und Anleiheverbindlichkeiten von lediglich € 1,5 Mio. gegenüber. Die Netto-Liquidität hat sich damit im Vergleich zu 2005 um € 144,2 Mio. auf € 269,7 Mio. deutlich erhöht.

Der MEDION-Konzern hat nahezu das ganze Jahr über eine deutlich positive Netto-Cashposition, Bankkredite müssen lediglich kurzfristig und gezielt zur Finanzierung von einzelnen großen Projektvolumina insbesondere für das Weihnachtsgeschäft in Anspruch genommen werden. Insgesamt verfügt die MEDION AG mit dem hohen Eigenkapital von über € 366 Mio., einer Eigenkapitalquote von über 53 % und der hohen Netto-Liquidität von nahezu € 270 Mio. sowie dem mittelfristig vereinbarten Projektfinanzierungsrahmen (Syndicated Loan) über ausgezeichnete Finanzierungsrahmenbedingungen.

CASHFLOW

	2006	2005	+/-	+/-
	Mio.€			%
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	-93,6	22,0	-115,6	-525,5
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführung zur Gewährleistungsrückstellung	91,2	0,0	91,2	-
Planmäßige Abschreibungen und andere zahlungsunwirksame Aufwendungen	8,5	9,0	-0,5	-5,6
Brutto Cashflow	6,1	31,0	-24,9	-80,3
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen	153,7	60,5	93,2	154,0
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	-11,6	16,0	-27,6	-172,5
Ein-/Auszahlungen für Steuern	9,0	-22,6	31,6	139,8
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	157,2	84,9	72,3	85,2
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-2,2	-12,5	10,3	82,4
Free Cashflow	155,0	72,4	82,6	114,1
Auszahlungen Dividende	-9,2	-26,6	17,4	65,4
Netto-Zahlungen Finanzierungskosten	-1,6	-6,5	4,9	75,4
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-10,8	-33,1	22,3	67,4
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	144,2	39,3	104,9	266,9
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	-0,1	0,4	-0,5	-125,0
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	127,1	87,4	39,7	45,4
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	271,2	127,1	144,1	113,4

Bei den ausländischen Tochtergesellschaften handelt es sich zumeist um Unternehmen, die Vertriebs- und Servicedienstleistungen für die MEDION AG in den jeweiligen Ländern erbringen.

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 für After-Sales und E-Commerce-Geschäfte in der MEDION Service GmbH gebündelt.

TOCHTERGESELLSCHAFTEN
DER MEDION AG

Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen

MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr

MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich

MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien

MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark

MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich

MEDION B.V., Panningen, Niederlande

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

MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien

MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz

MEDION USA, Inc., Delaware, USA

MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien

MEDION Elektronika d.o.o., Rogaška Slatina, Slowenien

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

LIFETEC International Ltd., Hongkong, China

MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China

VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG UND SERVICE

KEIN OPERATIVES GESCHÄFT

5.5.1

Entwicklung

Im Rahmen der erforderlichen Maßnahmen zur Kostensenkung mussten in 2006 auch bei den Personalkosten weitere Einsparungen realisiert werden. Die Anzahl der im MEDION-Konzern in 2006 durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter hat sich umgerechnet auf Vollzeitäquivalente von 1.551 im Vorjahr um 16,3 % auf 1.298 verringert. Davon entfielen auf die MEDION AG und ihre inländischen Tochtergesellschaften 1.057 (Vorjahr: 1.237) und auf die ausländischen Gesellschaften 241 (Vorjahr: 314).

Durch die Personalanpassung hat sich der Personalaufwand im Berichtsjahr (T€ 51.754) im Vergleich zu 2005 (T€ 59.903) um T€ 8.149 (= 13,6 %) verringert.

Die personellen Veränderungen betrafen alle Unternehmensbereiche. Die durch die Bereinigung der Produkt- und Auftragspalette angestrebte Strukturverbesserung und Verschlankeung der Prozesse wurde konsequent umgesetzt. Darüber hinaus wurden organisatorische Veränderungen vor allem durch eine Verlagerung der 1st-Level-Aktivitäten im Call-Center sowie der Warenannahme und Lagerlogistik im After-Sales-Service auf externe Dienstleister vorgenommen. Im Zuge der Effizienzsteigerungsmaßnahmen wurden die Vertriebsaktivitäten aus den ausländischen MEDION-Gesellschaften in den Niederlanden und in Österreich in Deutschland konzentriert und es fand eine zusätzliche Straffung der dezentralen Standorte in Deutschland statt.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Veränderung der Mitarbeiterzahlen zum 31. Dezember 2006 gegenüber dem Vorjahresstichtag.

VERÄNDERUNGEN DER
MITARBEITERZAHLEN
NACH BEREICHEN

	Anzahl 31.12.2006	Anzahl 31.12.2005	Anzahl +/-	%
Call-Center	460	613	-153	-25
Produktentwicklung/Qualitätsmanagement	119	145	-26	-18
Service	329	412	-83	-20
Vertrieb/Marketing	135	154	-19	-12
Allgemeines/Verwaltung	125	143	-18	-13
Gesamtergebnis	1.168	1.467	-299	-20

Für 2007 sind weitere Kosteneinsparungsmaßnahmen erforderlich. Diese sollen planmäßig unter der in 2006 realisierten Größenordnung liegen und im Wesentlichen über einen fluktuationsbedingten Personalabbau erreicht werden.

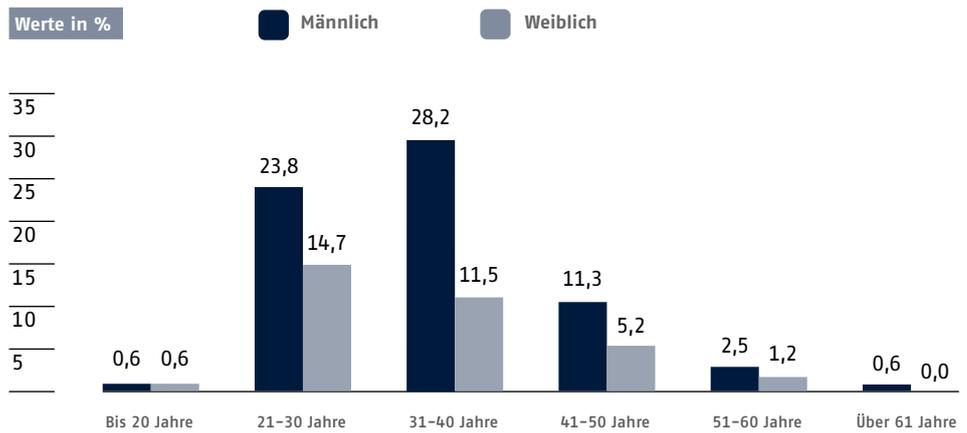
5.5.2

Struktur

Aufgrund des rasanten Unternehmenswachstums in den Jahren bis 2004 und des damit verbundenen schnellen Personalaufbaus weisen die bei MEDION beschäftigten Mitarbeiter ein junges Durchschnittsalter und eine relativ kurze Beschäftigungsdauer auf. Im Berichtsjahr waren bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften 34,5 % Frauen und 65,5 % Männer beschäftigt.

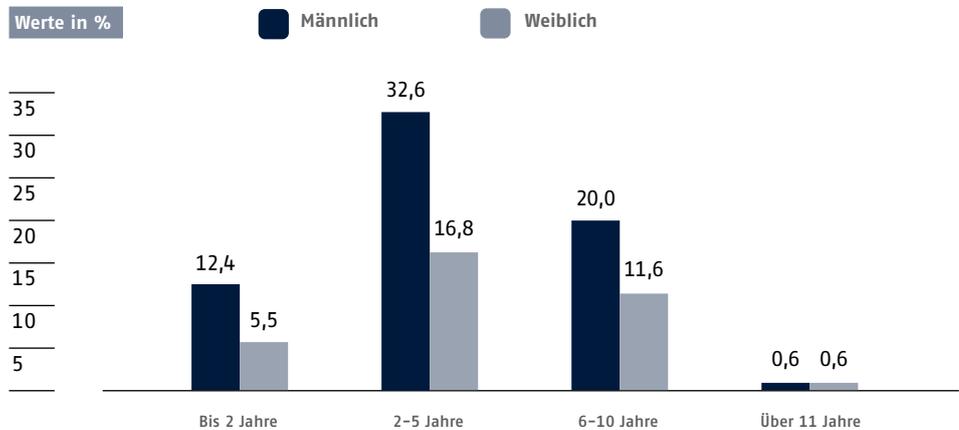
Das Durchschnittsalter hat sich im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig verändert und lag in 2006 bei 34,2 Jahren (2005: 33,9). Die nachfolgende Darstellung gibt einen Überblick über die Altersstruktur der Mitarbeiter, getrennt nach Frauen und Männern.

ALTERSSTRUKTUR



Die Durchschnittsdauer der Beschäftigung bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften lag im Jahr 2006 bei ca. 4,3 Jahren (2005: 3,2 Jahre).

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT



Im Vergleich zu 2005 hat sich die Krankenstatistik nochmals verbessert. Sie lag im Bereich der MEDION AG bei 2,6 % und damit unter dem Bundesdurchschnitt von 3,3 %.

MEDION legt großen Wert auf eine offene und freundliche Unternehmenskultur und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der Mitarbeitervertretung und den einzelnen Mitarbeitern. Die Zusammenarbeit zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat war auch im von erforderlichen Anpassungsmaßnahmen geprägten Geschäftsjahr 2006 von einem konstruktiven Miteinander geprägt. Die Personalveränderungen wurden unter Beachtung der Sozialverträglichkeit umgesetzt. Die erforderlichen schwierigen Entscheidungen der Unternehmensleitung wurden vom Betriebsrat in verantwortungsbewusster Art und Weise begleitet. Die Maßnahmen stießen bei den Beschäftigten trotz der damit verbundenen Konsequenzen auf breiter Basis auf Verständnis und Einsicht in die Notwendigkeit. Dies zeigt sich unter anderem auch darin, dass die in 2006 stattgefundenen Betriebsratsneuwahlen mit hoher Wahlbeteiligung durch die Mitarbeiter erfolgten und den Betriebsräten durch hohe Zustimmung das Vertrauen ausgesprochen wurde.

Vorstand und Mitarbeitervertretung sind gemeinsam davon überzeugt, dass sozialkompetente Verhaltensweisen das Betriebsklima nachhaltig positiv beeinflussen, die Arbeitsprozesse verbessern, damit die Produktivität und die Qualität der Arbeitsergebnisse steigern und somit vielfältige positive Auswirkungen für das Unternehmen und die Mitarbeiter bringen. Daher wurde in Zusammenarbeit mit der Mitarbeitervertretung ein Personalentwicklungskonzept entwickelt, welches den partnerschaftlichen Umgang aller im Unternehmen tätigen Personen unterstützt und in einer Betriebsvereinbarung festgeschrieben wurde.

Darüber hinaus gibt es im MEDION-Konzern eine Reihe von wichtigen Betriebsvereinbarungen, die zum einen der langfristigen Mitarbeiterbindung und zum anderen einer den Markterfordernissen angepassten höheren Flexibilisierung innerhalb des Unternehmens dienen.

Eine wesentliche Betriebsvereinbarung regelt die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Call-Center. Wegen des branchentypisch wechselnden Arbeitsanfalls war es erforderlich, die individuelle Arbeitszeit der Mitarbeiter im Call-Center an die aufgrund des Aktionsgeschäftes stark schwankende Auslastung anzupassen. Zielsetzung war es, eine flexiblere und bedarfsgerechte Organisation der Arbeitszeiten im Call-Center zu erreichen, um sich den durch die höhere Produktkomplexität gestiegenen Kundenanforderungen anzupassen. Diese Maßnahmen sind von strategischer Bedeutung, da die Effizienz des Call-Centers wesentlicher Baustein für die Kundenzufriedenheit und damit für den nachhaltigen Erfolg der MEDION-Produkte im Markt ist. Letztendlich dienen diese Maßnahmen dazu, die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und zu steigern. Gleichzeitig wurden damit auch die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen, um künftig verstärkt auch Dritten marktgerechte Call-Center-Dienstleistungen anbieten zu können.

Ein Instrument zur langfristigen Mitarbeiterbindung bei der MEDION AG und ihren inländischen Tochtergesellschaften ist die betriebliche Altersversorgung. Das Angebot der Inanspruchnahme einer Direktversicherung und Pensionskasse wird seit Einführung im Jahr 2005 von insgesamt ca. 30 % der bei der MEDION AG beschäftigten Mitarbeiter genutzt.

Die Betriebsvereinbarung über die Leistung von Jubiläumsszuwendungen für Beschäftigte der MEDION AG sowie deren inländischer Tochtergesellschaften wurde in 2006 im Rahmen der erforderlichen Kostensenkungsmaßnahmen im gegenseitigen Einvernehmen zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat aufgelöst.

Die Vergütungssysteme wurden den sich wandelnden Erfordernissen angepasst. Das im Jahr 2005 in einem Teilbereich des Unternehmens eingeführte einheitliche Gehaltsmodell, in dem Mitarbeiter je nach Grad ihrer Qualifikation in bestimmte Entgeltgruppen eingruppiert werden und durch Qualifizierungsmaßnahmen in den Bereichen Kommunikation sowie Führungskräfteentwicklung systematisch weitergebildet werden, hat sich im Berichtsjahr im Hinblick auf die dadurch angestrebte qualitative Verbesserung des Services als außerordentlich wirksam und erfolgreich erwiesen.

Bei den Führungskräften sind flächendeckend Vergütungssysteme eingeführt, die sich aus einem Fixum und einem variablen Anteil auf der Basis von individuellen Zielvereinbarungen zusammensetzen. Die individuellen Zielvereinbarungen werden dabei anhand von unternehmensbezogenen und persönlichen Zielen festgelegt.

Im Rahmen der Personalentwicklung wurden im Berichtsjahr insbesondere im Call-Center Maßnahmen durchgeführt, die der Qualitätssteigerung dienen. An einem zu diesem Zweck durchgeführten Assessment-Center nahmen rund 45 Mitarbeiter teil. Auch im After-Sales-Service wurden gezielte Personalentwicklungsmaßnahmen in Form von Führungskräfteworkshops durchgeführt. Darüber hinaus wurden den Mitarbeitern externe Weiterbildungsmaßnahmen und IT-bezogene Schulungen angeboten, die im Bereich SAP R/3 durch ein SAP-Inhouse-Competence-Center durchgeführt wurden.

Vor dem Hintergrund des im Berichtsjahr in Kraft getretenen Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) wurden innerhalb des MEDION-Konzerns die internen Voraussetzungen geschaffen, um den erhöhten Anforderungen an die Gleichbehandlung Rechnung zu tragen.

MEDION beteiligt sich aktiv an der betrieblichen Ausbildung junger Menschen. Im Jahr 2006 waren insgesamt 33 (Vorjahr: 24) Auszubildende bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften beschäftigt, davon 17 Kaufleute im Groß- und Außenhandel, 1 Mediengestalter für digitale und Printmedien, 2 Informatikkaufleute, 4 Fachinformatiker Systemintegration sowie 3 IT-Systemelektroniker. Nach bestandener Abschlussprüfung konnten 6 Auszubildende aus verschiedenen Ausbildungsgängen in unterschiedlichen Abteilungen der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften übernommen werden. 2 Mitarbeiter durchliefen im Jahr 2006 einen dualen Ausbildungsgang zum Diplom-Betriebswirt Business Administration, wovon einer nach erfolgreich bestandener Abschlussprüfung als Nachwuchskraft im Vertrieb übernommen wurde.

Erstmals wurde im Berichtsjahr die Ausbildung zum/zur Kaufmann/-frau der Bürokommunikation angeboten. In diesem Ausbildungsgang waren in 2006 insgesamt 4 Auszubildende beschäftigt.

MEDION arbeitet sehr eng mit den führenden Herstellern von Komponenten und Produkten aus den Bereichen Multimedia und Unterhaltungselektronik zusammen. Dadurch besteht auch ein ständiger Zugang zu den neuesten Ergebnissen aus Forschungs- und Entwicklungsprojekten.

Entsprechend dem MEDION-Geschäftsmodell erfolgt jedoch eine Konzentration darauf, innovative Technologien schnell einem breiten Konsumentenkreis zugänglich zu machen. MEDION verfügt daher über keine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung im Bereich von so genannten Basistechnologien.

Allerdings arbeitet MEDION in zahlreichen Projekten zusammen mit anderen Partnern daran, im Rahmen der Digitalisierung die Integration der PC/Multimedia-Technologie mit den Geräten der klassischen Unterhaltungselektronik voranzubringen.

MEDION wird dabei von führenden Technologiepartnern wie z. B. Intel und Microsoft wegen seiner Fähigkeit als schneller Technologieintegrator für den Massenmarkt geschätzt. Als ein aktuelles Beispiel dafür sei erwähnt, dass Bill Gates in seiner Eröffnungsrede anlässlich der Consumer Electronics Show in Las Vegas im Januar 2007 den von MEDION entwickelten Ultra Mobile PC „RIM 1000“ (der zweiten Generation) präsentiert hat.

Corporate Governance

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

Dementsprechend erfüllt die MEDION AG grundsätzlich die Anforderungen und Empfehlungen des Deutschen Corporate-Governance-Kodexes in der Fassung vom 12. Juni 2006.

Abweichend zum Deutschen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat der MEDION AG keine Ausschüsse gebildet, da er lediglich drei Mitglieder umfasst.

Der ausführliche Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat zur Corporate Governance im MEDION-Konzern findet sich auf den Seiten 17–23 in diesem Geschäftsbericht.

Der Vorstand der MEDION AG hat für das abgelaufene Geschäftsjahr seinen Bericht über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (§ 312 AktG) an den Aufsichtsrat erstattet und folgende Schlussklärung abgegeben:

„Nach den Umständen, die dem Vorstand zu dem Zeitpunkt, in dem berichtspflichtige Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bekannt waren, hat die Gesellschaft bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Berichtspflichtige Maßnahmen wurden im Geschäftsjahr weder getroffen noch unterlassen.“

Vorstandsvergütungen

Die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder besteht aus einer Reihe von Vergütungsbestandteilen. Im Einzelnen handelt es sich um das Fixum, die Tantieme, eine Komponente mit langfristiger Anreizwirkung sowie Nebenleistungen und Pensionszusagen.

Die Struktur des Vergütungssystems für den Vorstand wird vom Aufsichtsrat beraten und regelmäßig überprüft. Maßgebend für die Festlegung der Gesamtvergütung ist der Aufsichtsrat, der die angemessene Vergütung bestimmt.

Die Vergütung für die Vorstandsmitglieder setzt sich aus erfolgsunabhängigen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Die erfolgsunabhängigen Teile bestehen aus Fixum und Nebenleistungen sowie Pensionszusagen, während die erfolgsbezogenen Komponenten in eine variable Vergütung und Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung aufgeteilt sind.

Die feste Grundvergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Nebenleistungen umfassen Sachbezüge, die im Wesentlichen aus der Zurverfügungstellung von Versicherungen sowie von Dienstwagen bestehen. Als Vergütungsbestandteil sind diese Nebenleistungen vom einzelnen Vorstandsmitglied zu versteuern. 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 variable Vergütung setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: einer jährlichen Tantieme, deren konkrete Höhe der Aufsichtsrat nach dem Erreichungsgrad der individuellen Zielvereinbarungen festlegt, und einer gewinnabhängigen Tantieme für Gerd Brachmann und Christian Eigen, die sich nach der Formel

Bemessungsgrundlage x Tantiemeprozentsatz

errechnet. Die Bemessungsgrundlage für die Tantieme im jeweiligen Geschäftsjahr ist der Jahresüberschuss der Gesellschaft, vermindert um einen Verlustvortrag aus dem Vorjahr und um die Beträge, die nach Gesetz oder Satzung aus dem Jahresüberschuss in Gewinnrücklagen einzustellen sind.

Zusätzlich zu diesen variablen Vergütungsbestandteilen können die Vorstandsmitglieder Vergütungen aus dem Management Incentive Programm (MIP) als variable Komponente mit langfristiger Anreizwirkung beziehen. Zu den Einzelheiten der Wandlungsmöglichkeiten der Anleihen wird auf die Angaben im Anhang unter Punkt 20 verwiesen. Im Berichtsjahr erfolgte aus der gewinnabhängigen Tantieme sowie dem MIP keine Leistung an den Vorstand.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Vorstandes für die Tätigkeit im Geschäftsjahr 2006 T€ 784. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 782.

Entsprechend dem Angebot der Vorstandsmitglieder wurde im Berichtsjahr, bezogen auf das feste Gehalt wie auch auf die jährliche Tantieme, eine individuelle Reduzierung der vertraglichen Bezüge mit dem Aufsichtsrat vereinbart.

Einzelheiten der Vergütungen ergeben sich in individualisierter Form aus der nachfolgenden Tabelle:

Werte in T€	Fixum	Nebenleistungen	Tantieme für 2006	Tantieme in 2006	Zuführung Pensions-	
			zurückgestellt	gezahlt für 2005	Gesamt	rückstellung
Gerd Brachmann	6	22	0	0	28	263
Christian Eigen	292	23	40	0	355	121
Dr. Knut Wolf	200	21	105	75	401	0
Gesamtsumme	498	66	145	75	784	384

In der obigen Tabelle sind ferner Einzelheiten zu den Zuführungen zur Pensionsrückstellung der Vorstandsmitglieder aufgeführt. Voraussetzung für die Auszahlung einer Pension ist, dass zum Zeitpunkt des Ausscheidens das betroffene Vorstandsmitglied eine Wartezeit von fünf Jahren im Unternehmen erfüllt und ein Lebensalter von 60 Jahren erreicht ist. Pensionen werden an Vorstandsmitglieder gezahlt, die entweder die Pensionsgrenze von derzeit 60 Jahren erreicht haben oder dauerhaft arbeitsunfähig sind.

Das monatliche Ruhegeld beträgt 30 % des in den letzten drei Jahren gezahlten festen durchschnittlichen Monatsgehalts und erhöht sich für jedes vollendete Dienstjahr als Vorstandsmitglied anteilig bis zu maximal 50 % dieses Monatsgehalts. Im Falle des Ausscheidens aus den Diensten der Gesellschaft nach Vollendung des 50. Lebensjahrs, ohne dass es Gründe in der Person des Vorstandsmitglieds gegeben hätte, wird ein Übergangsgeld gezahlt, auf das anderweitige Bezüge anzurechnen sind, bis zum Eintreten der Voraussetzungen zur Zahlung des Ruhegeldes bzw. der Hinterbliebenenversorgung.

Im Berichtsjahr betragen die Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen für die Vorstandsmitglieder insgesamt T€ 384. Dieser Betrag setzt sich aus den sog. Dienstzeitaufwendungen (Service-Cost) und den Zinsaufwendungen (Interest-Cost) zusammen.

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.

Aufsichtsratsvergütungen

Aufsichtsratsvergütungen sind in § 11 der Satzung geregelt. Sie orientieren sich an den Aufgaben und der Verantwortung der Aufsichtsratsmitglieder sowie am wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten je eine Vergütung, die sich zusammensetzt aus einem festen Bestandteil von T€ 30 und einem variablen Bestandteil in Höhe von 0,07 % des Bilanzgewinns der Gesellschaft, dieser vermindert um einen Betrag von 4 % der auf das Grundkapital geleisteten Einlagen. Der variable Bestandteil wird auf einen Betrag begrenzt, der sich aus einem Bilanzgewinn der Gesellschaft von höchstens € 50 Mio. ergibt. Die Vergütung beträgt für den Vorsitzenden das Doppelte und für seinen Stellvertreter das Eineinhalbfache. 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 2006 T€ 135. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 40. In individualisierter Form setzt sich die Vergütung für 2006 wie folgt zusammen.

Werte in €	Dr. Stützle	Dr. Vater	Hr. Julius	Dr. Eckert	Hr. Schindelhauer	Gesamt
	Vorsitzender	Stellv. Vorsitzender	Mitglied	Stellv. Vorsitzender	Mitglied	
Zugehörigkeit	12 Monate	7 Mon. 19 Tage	7 Mon. 19 Tage	4 Mon. 12 Tage	4 Mon. 12 Tage	
Vergütung, variabel	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vergütung, fix	30.000,00	19.032,26	19.032,26	10.967,74	10.967,74	90.000,00
Summe	30.000,00	19.032,26	19.032,26	10.967,74	10.967,74	90.000,00
Faktor	x 2	x 1,5	x 1	x 1,5	x 1	
Gesamtsumme	60.000,00	28.548,39	19.032,26	16.451,61	10.967,74	135.000,00

Darüber hinaus haben Aufsichtsratsmitglieder im Berichtsjahr keine weiteren Vergütungen bzw. Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, erhalten. Kredite oder Vorschüsse wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Berichtsjahr nicht gewährt.

- RISIKOMANAGEMENT IST BESTANDTEIL DER STRATEGIE
- KONSUM IST VON KAUFKRAFT UND KAUFNEIGUNG ABHÄNGIG
- KONSEQUENTE RISIKOANPASSUNG IN 2006

Das Risikomanagement ist integraler Bestandteil der MEDION-Geschäftsstrategie, die darauf ausgerichtet ist, aufbauend auf der strategischen Basis des Hardwaregeschäftes durch nachhaltige Strukturverbesserung und Konzentration auf Produkte mit ausreichender Wertschöpfung die Profitabilität wiederherzustellen und durch den Ausbau des Geschäftes mit komplementären Dienstleistungen zusätzliches Wachstum in zukunftssträchtigen Geschäftsfeldern zu generieren.

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

Das Risikomanagementsystem des MEDION-Konzerns wurde in 2006 weiterentwickelt. Von den bisherigen vier Säulen Controllingsystem, laufende Überwachung des internen Kontrollsystems, interne Revision sowie Risikofrühwarnsystem sind die beiden Bereiche Controllingsystem und Frühwarnsystem organisatorisch unter dem Dach eines neuen Strategischen Controllings zusammengefasst und enger miteinander verzahnt worden. Ziel ist es, bestehende Controllinginstrumente noch stärker auf prospektive Steuerungsinformationen auszurichten und darauf ausgerichtete ergänzende Instrumente zu implementieren. Zu diesem Zweck ist das Management-Informationssystem strukturell erweitert worden. Schwerpunkt war die systembasierte Integration von Planungs- und Steuerungsinformationen in die laufenden Review- und Monitoring-Prozesse. Aus diesem integrierten Verfahren wird das Frühwarnsystem generiert, indem wesentliche operative Kennzahlen regelmäßig analysiert und interpretiert sowie die relevanten Schwellenwerte validiert werden. Auf dieser Basis wird sichergestellt, dass laufend verlässliche Informationen über die Auswirkungen und den Erfolg eingeleiteter operativer und strategischer Maßnahmen zur Verfügung stehen. Dokumentiert werden die Informationen in einer Balanced Scorecard, die im Rahmen des strategischen Controllings ständig weiterentwickelt und somit zu einem dynamischen Informations- und Steuerungsinstrument mit operativer und strategischer Ausrichtung transformiert wird.

Das interne Kontrollsystem (IKS) dient zur Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik. Wichtige Prinzipien sind das Prinzip der Funktionstrennung und das Vier-Augen-Prinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert.

Die Revision führt bei MEDION im Auftrag des Vorstandes auf Basis konkret vereinbarter Projekte prozessunabhängige Kontrollen in allen Unternehmensbereichen durch. Dies schließt auch die Kontrolle der Angemessenheit und Wirksamkeit des internen Kontrollsystems mit ein. Dazu wurden in 2006 vor dem Hintergrund weit reichender struktureller Veränderungen auch externe Dienstleister mit erforderlichem Expertenwissen eingesetzt.

Das MEDION-Geschäftsmodell ist auf den Absatz von Consumer-Electronics-Produkten und komplementären Dienstleistungen mit einem günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis in großen Stückzahlen für den Massenmarkt ausgerichtet. Der größte Umsatzanteil wird mit Kunden aus dem Discount-Retailer-Segment abgewickelt, ein weiterer Schwerpunkt mit deutlich geringerem Umsatzanteil liegt beim Vertrieb über Consumer-Electronics-Fachmärkte. Branchentypisch für den Bereich Consumer-Electronics sind in der unterjährigen Verteilung das erste und insbesondere das vierte Quartal umsatzstark, wohingegen das zweite und dritte Quartal deutlich geringere Umsatzvolumina zeigen. Aufgrund des Schwerpunktes im Bereich Discount-Retailer ist MEDION wesentlich von den Absatzerwartungen der großen Kunden in diesem Marktsegment abhängig. Sofern sich die Absatzerwartungen dieser Kunden verändern, kann es zu deutlichen Veränderungen im Bestellverhalten der Kunden mit hohen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von MEDION kommen.

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

Bei den MEDION-Kunden besteht ein allgemeines Abverkaufsrisiko für die geordneten Waren. Durch gezielte Marktforschung, Testaktionen bei Produktneueinführungen und dosierte Mengenplanungen wird das Abverkaufsrisiko der MEDION-Handelspartner in engen Grenzen gehalten. Aufgrund der in weiten Teilen des Handels in einem zeitlich begrenzten Zeitraum üblichen Geld-zurück-Garantie haben die Konsumenten das Recht, auch funktionell einwandfreie Ware als Retourenwaren an den Handel zurückzugeben. Diese Retourenwaren werden zumeist an den Hersteller weitergeleitet und von diesem einer alternativen Vermarktung zugeführt. Solche Bestände unterliegen einem besonderen Abverkaufsrisiko. Im zweiten Halbjahr 2006 haben sich parallel zu den aufgrund der geringeren Absatzerwartungen unserer Kunden sinkenden Umsätzen aus dem Projektgeschäft durch das Überangebot an Ware im Markt und den verschärften Preisverfall auch die Rahmenbedingungen für die Zweitvermarktung von Retouren- und Servicebeständen spürbar verschlechtert. Den sich daraus ergebenden Risiken wurde durch außerplanmäßige Abschreibungen auf solche Vorräte Rechnung getragen, wodurch die Ertragslage zusätzlich belastet wurde.

MEDION hat durch die Eröffnung des MEDION-Outlet-Store ergänzend zu dem Abverkauf über Dritte einen eigenen Vertriebsweg für Retourenwaren sowie B-Waren und Überhangbestände geschaffen, der erfolgreich angelaufen ist.

Die MEDION-Kunden gehören im Wesentlichen zu den Top-20 des internationalen Retail-Marktes. Dadurch werden mit einzelnen Kunden hohe Projektvolumina realisiert. Bereits der Wegfall einzelner Kunden könnte zu signifikanten Umsatzeinbußen führen. Aufgrund der guten Wettbewerbsposition und des guten Verhältnisses von Preis und Qualität der Produkte ist MEDION ein attraktiver Partner und verfügt über stabile Kundenbeziehungen.

Aufgrund weltweit ausgebauter Produktionskapazitäten, denen sinkende Wachstumsraten beim Absatz von Notebooks und rückläufige Absatzzahlen von Desktop-PCs gegenüberstehen, hat sich der Wettbewerbsdruck verstärkt. Damit verbunden ist ein zunehmender Preiswettbewerb und Margendruck beim Handel und bei den Lieferanten. Sollte die Wettbewerbsintensität noch weiter steigen, könnte dadurch nochmals stärkerer Druck auf die Margen und die Ertragskraft von MEDION entstehen.

Forderungen gegenüber Kunden

MEDION reduziert das Bonitätsrisiko dadurch, dass sich die Vertriebsaktivitäten im Wesentlichen auf international tätige Handelskonzerne mit A-Bonitäten konzentrieren. Kunden, die nicht in diese Kategorie fallen, haben für MEDION nur untergeordnete Bedeutung und werden größtenteils rückversichert bzw. nur gegen Garantien oder auf Vorkasse beliefert.

5.8.4

Konjunktur

MEDION ist wie jedes Unternehmen, das im Konsumgüterbereich tätig ist, stark von der Kaufkraft und Kaufneigung der Verbraucher abhängig. Während die Kaufkraft von gesamtwirtschaftlichen Parametern wie Wirtschaftswachstum, Inflation, Zinsen und Arbeitslosigkeit beeinflusst wird, hängt die Kaufneigung stark von weichen Faktoren wie etwa der wirtschaftlichen Grundstimmung und dem Verbrauchervertrauen ab.

MEDION hat sich in der Vergangenheit als Anbieter von innovativen Produkten mit sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis auch in schwierigen konjunkturellen Verhältnissen behauptet.

Die Kaufkraft wie auch die Kaufneigung insbesondere in dem Kernmarkt Deutschland haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz ab Mitte des Jahres deutlich verstärktem gesamtwirtschaftlichem Wachstum noch nicht wesentlich verbessert, was letztlich auch ein Grund für das zurückhaltende Orderverhalten unserer Kunden für das vierte Quartal war. Sollte sich das Konsumverhalten der Verbraucher in wichtigen Absatzmärkten weiter verschlechtern, so wird dies auch Auswirkungen auf Umsatz und Ergebnis von MEDION haben. Andererseits werden sich bei einer spürbaren Verbesserung des Konsumklimas auch positive Effekte für die Geschäftsentwicklung ergeben. Dabei ist MEDION aufgrund der exzellenten Einkaufskontakte in der Lage, zusätzliche Nachfrage kurzfristig bedienen zu können.

Produktidee

Kern des MEDION-Geschäftsmodells ist die Vermarktung von attraktiven Trendprodukten. Die Herausforderung liegt darin, die richtige Produktidee zum richtigen Zeitpunkt zu platzieren.

MEDION verfügt über ein mehr als 20 Jahre gewachsenes Einkaufsnetzwerk. Über diesen Kanal wird aktiv eine Vielzahl von Ideen herangetragen. Daneben werden ständig die neuesten Daten der Marktforschung beobachtet. Durch Präsenz auf wichtigen Messen und Ausstellungen werden Gespräche und Kontakte in Fachgremien und ähnlichen Institutionen geführt. Im MEDION-Produktmanagement arbeiten durchweg erfahrene Mitarbeiter, die über langjährige Markt- und Branchenkenntnisse verfügen. Sie haben unmittelbaren Kontakt zu den im Markt generierten Neuheiten und Trends und beurteilen diese Entwicklungen in Kreativteams systematisch auf ihre Tauglichkeit für die Vermarktung im Massenmarkt.

Aus diesem systematischen Ansatz heraus hat sich MEDION im Markt sowohl bei den Kunden als auch bei den Lieferanten einen guten Namen als schneller und leistungsfähiger Technologieintegrator für den Massenmarkt gemacht. Nicht zuletzt wurden darüber auch die Ideen zu den erfolgreich eingeführten Dienstleistungen generiert und umgesetzt.

Beschaffung

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

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

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

MEDION bezieht weite Teile seiner Produkte und Komponenten von Lieferanten, deren Betriebsstätten in Asien liegen. Daraus können sich diverse Risiken, beispielsweise durch Veränderungen bei Abgaben, Zöllen und Handelsbeschränkungen sowie durch Naturkatastrophen und politische Instabilitäten, ergeben. Darüber hinaus können sich in manchen Regionen Asiens Risiken aus dem unsicheren rechtlichen Umfeld ergeben, die die Möglichkeit einschränken, Rechte geltend zu machen und durchzusetzen. Diesen Risiken begegnet MEDION durch eine sehr sorgfältige Beschaffungsmarktanalyse und Lieferantenauswahl. Hierdurch wird eine Diversifizierung der Beschaffungsquellen sichergestellt, um bei geänderten Rahmenbedingungen handlungsfähig zu bleiben. Darüber hinaus wird bei leistungsfähigen und zuverlässigen Lieferanten Wert auf eine dauerhafte und faire Zusammenarbeit gelegt.

Logistik

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

Verzögerungen können zu Konventionalstrafen oder infolge der Notwendigkeit von Änderungen des Transportmittels zu erhöhten Kosten führen. MEDION arbeitet mit einer begrenzten Anzahl international tätiger Speditionen zusammen, die für hohe Qualitätsstandards und Liefertreue stehen. Die Logistikprozesse bei diesen Spediteuren sind in die eigene IT-Prozesssteuerung von MEDION integriert. Dadurch wird ein hohes Maß an Prozesssicherheit im Bereich Logistik erreicht.

MEDION ist als Hersteller und Lieferant von Personalcomputern dem Risiko unterworfen, dass möglicherweise Verwertungsabgaben für in der Vergangenheit ausgelieferte PCs erhoben werden und von MEDION abzuführen sind. So forderte die Verwertungsgesellschaft Wort in einem Musterverfahren gegen Fujitsu Siemens Computers eine Pauschalabgabe pro Gerät von € 30,00 für Texte und Bilder. Das Verfahren ist letztinstanzlich beim Bundesgerichtshof anhängig. Kurz vor Jahresende 2005 hat auch die Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) als Vertreter der Urheber von Film- und Musikwerken Klage gegen ca. 20 Hersteller und Händler von PCs auf Zahlung einer weiteren zusätzlichen pauschalen Urheberrechtsabgabe von € 18,42 je verkauftes Gerät eingereicht. MEDION hat den Risiken im Jahresabschluss wie im Vorjahr durch Bildung von angemessenen Rückstellungen Rechnung getragen. Sollte sich im Rahmen der Rechtsstreitigkeiten herausstellen, dass die möglicherweise nachträglich zu zahlenden Urheberabgaben über die zurückgestellten Beträge hinausgehen, so würden sich daraus entsprechende Ergebnisbelastungen ergeben. Auf die betragsmäßige Quantifizierung des Risikos wird in Übereinstimmung mit IAS 37.92 verzichtet.

Darüber hinaus sind derzeit keine Gerichts- oder Schiedsverfahren gegen MEDION als Beklagte anhängig, die wesentliche Auswirkungen auf das Konzernergebnis von MEDION haben können.

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

Das Projektgeschäft erfordert für kurze Zeiträume die Verfügbarkeit von erheblichen Finanzmitteln. Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten können das Unternehmenswachstum bremsen.

Im Rahmen des MEDION-Geschäftsmodells werden viele kapitalintensive Teile des Wertschöpfungsprozesses wie Forschung und Entwicklung, Produktion, Logistik oder Verkauf am Point of Sale von Partnerunternehmen wahrgenommen. Aufgrund der langjährigen Geschäftsbeziehungen und vor dem Hintergrund der soliden Kapital- und Finanzstruktur stehen MEDION in erheblichem Maße Lieferantenlinien zur Verfügung. Vor dem Hintergrund der guten Eigenkapitalposition im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 von € 366,2 Mio. und der hohen freien Liquidität von zum Abschlussstichtag über € 271,2 Mio. beschränkt sich der Finanzkreditbedarf von MEDION nahezu ausschließlich auf die kurzfristige Abdeckung von Finanzierungsspitzen bei großvolumigen Projekten. Zur Abdeckung der Finanzierungsbedarfe stehen der MEDION AG neben der Möglichkeit der Refinanzierung über sog. Asset-Backed-Security durch Forderungsverkäufe zusätzlich ausreichende Fremdfinanzierungslinien von Kreditinstituten im Rahmen eines sog. Syndicated Loan zur Verfügung. Eine Abhängigkeit von einzelnen Kreditinstituten besteht dabei nicht.

Als international agierendes Unternehmen ist MEDION Risiken durch Wechselkurseinflüsse ausgesetzt. Insbesondere auf der Beschaffungsseite fallen Zahlungsströme in ausländischer Währung an, da die überwiegende Zahl der Lieferanten in Asien beheimatet ist und die Transaktionen daher in US-\$ abgewickelt werden. MEDION sichert sich gegen die Risiken aus Fremdwährungsschwankungen durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente in Form von marktüblichen Devisentermingeschäften und teilweise ergänzenden Swap-Geschäften ab. Finanzinstrumente werden ausschließlich zu Sicherungszwecken eingesetzt.

Der Wettbewerb um hoch qualifizierte Führungskräfte und technisches Personal ist in der Consumer-Electronics-Branche nach wie vor hoch. Gerade im Projektgeschäft stellen erfahrene, gut ausgebildete Mitarbeiter die wichtigste Ressource dar. Nur gut geschulte und qualifizierte Mitarbeiter können Risiken beherrschen und vermeiden. MEDION fördert daher gezielt die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter.

Darüber hinaus sind im Rahmen des Workflow-Managements alle unternehmensinternen Prozesse so dokumentiert, dass sie personenunabhängig ausgeführt werden können.

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

Der MEDION-Konzern hat in 2006 aufgrund der zum Ende des dritten Quartals einsetzenden unerwartet ungünstigen Entwicklung einen Umsatzrückgang um 36,5 % auf € 1,605 Mrd. hinnehmen müssen, dadurch reduzierte sich der Rohertrag um € 81,8 Mio. (= 33,9 %) auf € 159,2 Mio. Durch forcierte Kostensenkungsmaßnahmen wurden die betrieblichen Aufwendungen im Bereich der Personalkosten um € 8,1 Mio. (= 13,5 %) und im Bereich der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um € 40,3 Mio. (= 28,8 %) reduziert, so dass trotz des hohen Umsatzrückganges noch ein positives operatives EBIT erreicht werden konnte.

Der Brutto Cashflow war ebenfalls mit € 6,1 Mio. positiv. MEDION hat damit in dem sehr schwierigen Jahr 2006 seine Anpassungsfähigkeit unter Beweis gestellt und durch konsequentes Handeln auf allen Führungsebenen gezeigt, auch bei solch schwierigen Rahmenbedingungen bestehen zu können.

Im Rahmen der Bilanzierung wurden alle erkennbaren Risiken angemessen berücksichtigt. Die Gewährleistungsrückstellung wurde – bedingt durch die höhere Serviceintensität der Produkte – um € 40,0 Mio. erhöht und den erhöhten Abverkaufsrisiken im Vorratsvermögen wurde mit Abschriften von € 60 Mio. Rechnung getragen. Der für 2006 ausgewiesene Konzernjahresfehlbetrag von € -65,4 Mio. ist dabei im Wesentlichen durch nicht zahlungswirksame Sonderaufwendungen mit Einmalcharakter entstanden.

Der Konzern verfügt trotz des dadurch in 2006 ausgewiesenen Konzernverlustes noch über ein positives Eigenkapital von € 366,2 Mio. (Eigenkapitalquote = 53,5 %), ist unverschuldet und hat zum Stichtag 31. Dezember 2006 Liquiditätsreserven von € 271,2 Mio. MEDION verfügt damit weiterhin über eine erstklassige Finanzierungsbasis für die weitere Geschäftsentwicklung.

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

- **WACHSENDES BRUTTOINLANDSPRODUKT ERWARTET**
- **ZUWACHS DER KONSUMAUSGABEN IN DEUTSCHLAND UM 0,3 % IN 2007**
- **CONSUMER-ELECTRONICS MARKT WÄCHST WEITER**

Konjunktureller Rahmen

Die Bundesregierung geht davon aus, dass auch in 2007 die außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für eine Fortsetzung des Aufschwungs sprechen. Aufgrund der strafferen Geldpolitik in wichtigen Währungsräumen und des starken Anstiegs der Energie- und Rohstoffpreise wird sich die Wachstumsdynamik zwischen den großen Wirtschaftsräumen verlagern.

In den Vereinigten Staaten dürfte sich die konjunkturelle Dynamik unter anderem im Zuge nachlassender Bauaktivitäten abschwächen, insgesamt aber noch aufwärtsgerichtet bleiben. In Westeuropa wird sich der wirtschaftliche Aufschwung auch 2007 fortsetzen.

Die lebhaftere Inlandsnachfrage verbreitert die Wachstumsbasis. In den mittel- und osteuropäischen Ländern, insbesondere den neuen EU-Mitgliedsstaaten, wird die gesamtwirtschaftliche Dynamik weiterhin kräftig bleiben. Insgesamt geht die Bundesregierung damit von einem gegenüber 2006 leicht abgeschwächten, aber weiterhin kräftigen Wachstum der Weltwirtschaft in 2007 aus.

Vor diesem Hintergrund werden in 2007 in Deutschland dank der weiter steigenden Wettbewerbsfähigkeit deutscher Anbieter auf den Weltmärkten – sowohl hinsichtlich der Produktpalette und der regionalen Ausrichtung als auch der Preisrelationen – wesentliche Wachstumsimpulse wiederum von der Auslandsnachfrage ausgehen. Für das Gesamtjahr erwartet die Bundesregierung in Deutschland einen Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes von preisbereinigt rund 1,7 %.

Zu Jahresbeginn 2007 ist allerdings mit einer vorübergehenden Dämpfung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung aufgrund der Erhöhung des Umsatzsteuersatzes zu rechnen. Es ist möglich, dass die in das Jahr 2006 vorgezogenen Käufe von privaten Haushalten und die bislang stimulierenden Sonderfaktoren bei den Bauinvestitionen fehlen.

Da die gesamtwirtschaftliche Lohnentwicklung preisbereinigt weiterhin unterhalb des gesamtwirtschaftlichen Produktivitätszuwachses erwartet wird, ist trotz steigender Beschäftigung nicht mit einer deutlichen Verstärkung der Konsumausgaben der privaten Haushalte zu rechnen.

Der Jahreswirtschaftsbericht der Bundesregierung stellt damit, unter Berücksichtigung der Preisniveaumentwicklung, einen Zuwachs der privaten Konsumausgaben in 2007 von real nur 0,3 % in Aussicht.

Marktentwicklung im Bereich der Consumer-Electronics

Für den Markt der klassischen Unterhaltungselektronik in Deutschland wird nach Einschätzung der Marktforscher der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) ein Wachstum in einer Größenordnung von 3 % erwartet.

In den für MEDION wesentlichen Produktgruppen PCs/Notebooks und Zubehör, TV-Geräte und Navigationsgeräte werden unterschiedliche Entwicklungen erwartet.

Der Markt für PCs und Notebooks ist in 2006 von € 5,0 Mrd. im Vorjahr um rund 4 % auf € 4,8 Mrd. zurückgegangen. Auch für 2007 wird von Seiten der Marktforscher mit einem weiteren Umsatzrückgang in ähnlicher Größenordnung gerechnet. Hintergrund ist unter anderem die hohe Ausstattungsichte der deutschen Haushalte mit PCs. Bei Notebooks wird hinsichtlich der Stückzahlen weiteres Wachstum erwartet, jedoch wird aufgrund des erwarteten weiteren strukturellen Preisverfalls hinsichtlich der Umsätze nur von einer stabilen bis stagnierenden Entwicklung ausgegangen. Entscheidend ist, ob es gelingt, die Preispunkte durch den Einbau zusätzlicher Features und hochwertiger Software stabil zu halten. Positive Effekte werden durch die Einführung des neuen Betriebssystems Microsoft Vista und den sich dadurch verstärkenden Ersatzbedarf erwartet.

Bei Navigationsgeräten wird in 2007 und danach weiterhin mit deutlichen Zuwachsraten gerechnet. Dies liegt zum einen darin begründet, dass mobile Navigationsgeräte noch einen klassischen Erstausrüstermarkt bedienen, d. h., eine Marktsättigung bei allen potentiell in Frage kommenden Pkw ist frühestens in einigen Jahren zu erwarten. Parallel werden allerdings die Durchschnittspreise für mobile Navigationsgeräte aufgrund der Entwicklung hin zum Massenmarkt sinken. Insgesamt ist jedoch mittelfristig mit einem deutlichen Umsatzplus zu rechnen.

Der TV-Markt in Deutschland ist geprägt von einer nahezu 100%igen Durchdringung aller Haushalte und einem daraus resultierenden über 90%igen Anteil von Ersatzbeschaffungen. Jedoch ist der Wandel vom klassischen Röhrengerät hin zum LCD-Fernseher in vollem Gange. Das Liquid Crystal Display (LCD) hat sich in PC-Monitoren millionenfach bewährt. Flüssigkeitskristalle erlauben eine hohe Auflösung auf kleinen Schirmen und liefern auch in hellen Räumen brillante Bilder.

Während sich die Anzahl der verkauften LCD-Fernseher in Deutschland von 2005 auf 2006 verdoppelt hat, wird für die nächsten Jahre zwar weiteres Wachstum im zweistelligen Bereich unterstellt, aber nicht mehr mit den ursprünglichen Wachstumsraten. Im Zuge weiterer Produktivitätsverbesserungen bei der Herstellung von LCD-Fernsehern werden sich die Durchschnittspreise in 2007 gegenüber 2006 nochmals in einer Größenordnung von 10–15 % reduzieren. Der Boom bei Flachbild-TV-Displays wird wie in 2006 der wesentliche Wachstumstreiber für die erwartete 3%ige Umsatzsteigerung im Gesamtmarkt für Consumer-Electronics sein.

- KONSEQUENTES KOSTENMANAGEMENT
- KONZENTRATION DER PRODUKTPLATTFORMEN
- QUALITÄTSOFFENSIVE

Fortsetzung der Konsolidierung über Kostenmanagement und Fokussierung auf nachhaltige Verbesserung der Ertragskraft

MEDION hat in 2006 durch konsequentes Kostenmanagement bereits deutliche Einsparungen bei den betrieblichen Kosten in allen Unternehmensbereichen realisiert.

Kern des ersten Maßnahmenpaketes war eine gezielte Reduktion des Produktportfolios um marginenschwach, kleinvolumiges und transaktionsintensives Geschäft. Dadurch konnten die betrieblichen Kernprozesse entlastet und die Voraussetzungen für eine flächendeckende Kostensenkung in den Funktionsbereichen geschaffen werden. Neben den realisierten Kosteneinsparungen wurden dadurch auch Kapazitäten im Unternehmen frei gemacht, die für die kreative Suche nach Ansätzen zur weiteren Optimierung sehr hilfreich und notwendig sind.

Zweiter Baustein des Maßnahmenpaketes waren Konzepte zur Kostenbegrenzung im After-Sales-Service und Retourenmanagement, die in enger Zusammenarbeit mit den Kunden erarbeitet und über die entsprechenden Vereinbarungen mit den Kunden getroffen wurden. Die daraus resultierenden Effekte haben sich erwartungsgemäß erst mit zeitlichem Nachlauf gegen Ende des Jahres eingestellt. Die daraus zu erwartenden Kostenentlastungen werden daher erst ab 2007 ihre volle Wirkung entfalten.

MEDION wird den Kurs des konsequenten Kostenmanagements fortsetzen und hat weitere Maßnahmen zur Effizienzsteigerung eingeleitet. Im Bereich der Beschaffung sollen durch eine Konzentration von Produktplattformen und Lieferanten sowie eine Bündelung in Einkauf und Produktmanagement die Prozesse verschlankt und weitere Einspareffekte erzielt werden. Parallel dazu wurde eine Qualitätsoffensive zur weiteren Optimierung der Produkt- und Prozessqualität gestartet, die zur Absicherung von Kostenrisiken beiträgt. Im Bereich des After-Sales-Service befinden sich weitere Kostensenkungsprojekte in der Umsetzung, insbesondere eine weiter gehende Verlagerung und Konsolidierung von Reparaturaktivitäten. Diese Maßnahmen erfolgen unter der Maßgabe der Wahrung und weiteren Verbesserung der Servicequalität. Die Projekte und Maßnahmen werden durch ein konsequentes Controlling begleitet und hinsichtlich Projektfortschritt und Erfolgsbeitrag regelmäßig bewertet.

- EFFIZIENTE VERTRIEBSKANÄLE NUTZEN
- INNOVATIVE PRODUKTE
- WACHSTUMSFELD: DIENSTLEISTUNGEN

MEDION ist in 2006 bei der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells in Richtung auf die Nutzung der Vertriebskanäle zur Expansion in Dienstleistungen und Systemgeschäfte im digitalen Zuhause entscheidende Schritte vorangekommen.

Aufbauend auf der strategischen Basis des Aktionsgeschäftes mit Best-Value-Produkten der Consumer-Electronics konnten die neuen Dienstleistungen, insbesondere MEDIONmobile sowie der Fotoservice, erfolgreich im Markt platziert werden.

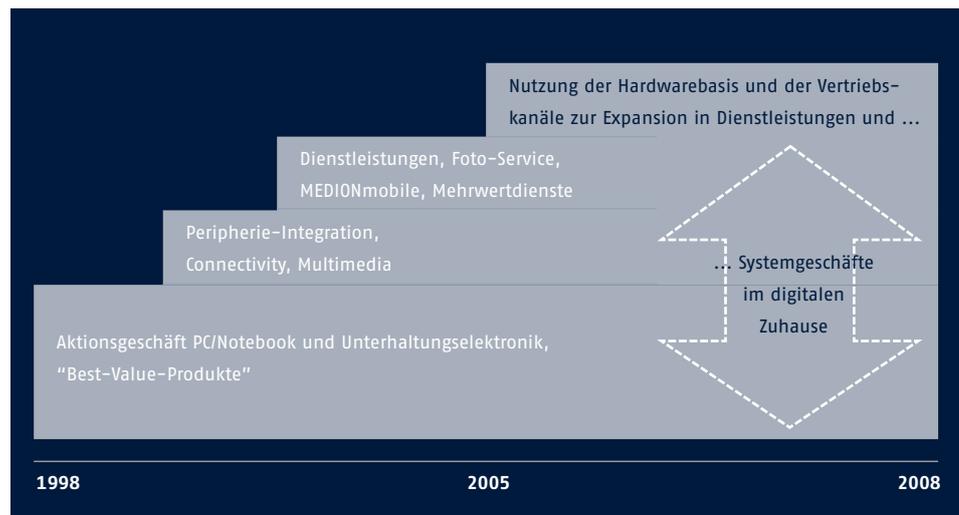
Operativ wurden wichtige Grundlagen geschaffen, um das Gesamtgeschäft auf konsolidierter Basis profitabel fortzuführen. MEDION geht dabei in drei Schritten vor:

1. Schritt Nach der internen Neuausrichtung durch Optimierung der Kernsortimente PC/Notebook und mobile Navigationssysteme sowie einer nachhaltigen Strukturbereinigung und Kostensenkung folgt in einem
2. Schritt die externe Fokussierung durch die vertriebliche Konzentration auf innovative Produkte und auf die Top-Key-Accounts im Inlands- wie auch insbesondere im Auslandsgeschäft sowie in einem
3. Schritt der Ausbau der zukünftigen Wachstumsbereiche. Hierzu gehören der Dienstleistungsbereich (MEDIONmobile, Fotoservice, Download-Möglichkeiten von Musik und Filmen) sowie die Stärkung des Online-Vertriebs. Dabei werden diese von dem guten, preisgünstigen und qualitätsorientierten Image von MEDION profitieren.

Wesentlicher Baustein auf diesem Weg ist – auch im Interesse der Kunden und Partner im Markt – die weitere Stärkung der Marke MEDION als Markenzeichen für Produkte und Dienstleistungen von hoher Qualität mit bestem Preis-Leistungsverhältnis.

MEDION verfügt im Euroraum einschließlich Skandinavien und England über eine flächendeckende Präsenz mit Vertriebs- und Serviceeinheiten. MEDION-Produkte überzeugen auch im europäischen Ausland durch beste Testergebnisse und die Marke MEDION wird zunehmend bekannter. Dies sind gute Voraussetzungen, das Geschäft auch im Ausland wieder erfolgreich zu intensivieren.

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



- UMSATZ: € 1,3 – 1,5 MRD.
- STABILE ROHERTRAGSMARGE
- POSITIVES EBIT

Die zukünftige Entwicklung von MEDION als einem führenden Anbieter von Produkten im Bereich PC/Multimedia und Unterhaltungselektronik im Massenmarkt hängt in besonderem Maße davon ab, wie sich der konjunkturelle Rahmen und die Konsumneigung der Verbraucher in Deutschland und im Euroraum und die Erwartungen der wesentlichen Kunden über die Absatzchancen entwickeln. Die Konjunkturprognosen der Bundesregierung und der führenden deutschen Wirtschaftsinstitute sagen trotz eines kräftigen gesamtwirtschaftlichen Wachstums für 2007 eine eher verhaltene Entwicklung der privaten Konsumausgaben mit einem Wachstum von nur 0,3 % voraus. Für den Consumer-Electronics-Markt insgesamt wird von den Herausgebern des CEMIX mit einem moderaten Wachstum in 2007 gerechnet.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand davon aus, dass sich der Trend eines vorsichtigen Bestellverhaltens der MEDION-Kunden weiter fortsetzt und somit im Gesamtjahr 2007 ein Umsatzniveau von € 1,3 bis 1,5 Mrd. erwartet werden kann. Diese Einschätzung wird unterlegt durch die aktuelle Entwicklung im ersten Quartal 2007, für das die Umsätze nach derzeitigen Erkenntnissen unter dem Vorjahresniveau liegen werden. Das vierte Quartal des Jahres 2007 wird wie in der Vergangenheit das umsatzstärkste sein. Bis zum Vorliegen fester Kundenaufträge für dieses Quartal, mit denen erfahrungsgemäß bis Anfang Oktober 2007 gerechnet wird, ist die Umsatz- und Ergebnisprognose noch mit Unsicherheiten behaftet.

Der Vorstand rechnet damit, dass die Marge aufgrund der zur Bereinigung des Produktportfolios und der zur Kostensenkung im Bereich After-Sales und Retouren getroffenen Maßnahmen sowie der erwarteten Ausweitung des Dienstleistungsgeschäftes voraussichtlich auf ein Niveau von 10,5 % erhöht werden kann.

Positiv werden sich die Effekte aus den bereits eingeleiteten und noch durchzuführenden Kostensenkungsmaßnahmen auswirken. Insgesamt geht der Vorstand davon aus, dass der MEDION-Konzern in 2007 und 2008 ein positives EBIT zwischen 0,5 und 1,5 % vom Umsatz erwirtschaften wird.

Basierend auf diesen Ergebnisplanungen wird die Eigenkapitalquote in 2007 weiterhin deutlich über 50 % und der Brutto Cashflow voraussichtlich über € 10,0 Mio. liegen.

1. Das Grundkapital beträgt € 48.418.400. Es ist eingeteilt in die entsprechende Anzahl von Inhaberstückaktien.
2. Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung der Aktien betreffen, bestehen nicht.
3. Am Kapital der MEDION AG ist der Vorstandsvorsitzende, Herr Gerd Brachmann, mit 54,87 % beteiligt. Daneben besteht eine 10,08%ige Beteiligung des englischen Fonds Orbis, einer Tochtergesellschaft der Schweizer Pictet-Gruppe.
4. Es gibt keine Aktien mit Sonderrechten oder besonderen Kontrollbefugnissen.
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 erfolgt. 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. Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital bis zum 10. Mai 2011 mit Zustimmung des Aufsichtsrates um bis zu € 24,0 Mio. durch einmalige oder mehrmalige Ausgaben neuer, auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Bar- oder Sacheinlagen zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei ein Bezugsrecht einzuräumen. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates Spitzenbeträge vom Bezugsrecht der Aktionäre auszuschließen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, als dies erforderlich ist, um den Inhabern der von der MEDION AG oder ihren Konzerngesellschaften ausgegebenen Optionsscheine und Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- bzw. Wandlungsrechts zustehen würde.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, das Bezugsrecht mit Zustimmung des Aufsichtsrates auszuschließen, sofern die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen erfolgt. Weiterhin ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Bezugsrecht der Aktionäre für einen Betrag bis zu höchstens nominal € 4,8 Mio. auszuschließen, entweder, um die neuen Aktien an die

Arbeitnehmer der MEDION AG und ihrer Konzerngesellschaften auszugeben, oder wenn der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet und die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhung und ihrer Durchführung mit Zustimmung des Aufsichtsrates festzulegen.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung des § 3 der Satzung nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals entsprechend der jeweiligen Ausnutzung des genehmigten Kapitals und – falls das genehmigte Kapital bis zum 10. Mai 2011 nicht oder nicht vollständig ausgenutzt sein sollte – nach Ablauf der Ermächtigungsfrist anzupassen.

Das Grundkapital ist um bis zu € 2,4 Mio. durch Ausgabe von bis zu 2,4 Mio. neuen Aktien mit anteiligem Betrag des Grundkapitals von je € 1,- bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungsrechten oder Optionsscheinen, die den von der Gesellschaft bis zum 30. September 2003 ausgegebenen Wandel- oder Optionsschuldverschreibungen beigefügt sind, von ihren Wandlungs- bzw. Optionsrechten Gebrauch machen. Ein weiteres bedingtes Kapital über € 20 Mio. kann nicht mehr genutzt werden, da bis zum Ablaufdatum des 31. März 2006 keine neuen Wandel- oder Optionsanleihen begeben worden sind.

Des Weiteren ist die Gesellschaft durch Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 ermächtigt, bis zum 12. November 2007 eigene Aktien der Gesellschaft bis zu einem Volumen von € 4.841.840 des Grundkapitals zu erwerben. Die Einzelheiten zu den Voraussetzungen des Erwerbs und zur Verwendung erworbener eigener Aktien sind in dem Hauptversammlungsbeschluss festgelegt.

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.



Der Meister der Leistung ...

Glänzende Eigenschaften gehören in glänzendes Design – das ist seit langem der Anspruch, den MEDION an PCs hat. Testberichte und Designpreise bestätigen, dass wir ihn immer wieder erfüllen. So auch mit dem MD Titanium 8800, der den Plus X Design Award erhalten hat.

Uns wundert das nicht. Denn wir haben ihm alles mitgegeben, was momentan technisch möglich ist – von der neuesten Intel-Dual-Core-Generation bis zum flüsterleisen Lüfter. Gar nicht flüstern wollen wir, wenn es um unsere externe portable Festplatte geht. Denn die war die erste ihrer Art und ist nach wie vor der beste Weg, Daten zu sichern, mitzunehmen und mehr Platz für noch mehr Daten zu schaffen.

Ebenfalls kein Geheimnis ist, dass MEDION-PCs fast schon ein Abo auf Testsiege im Preis-Leistungs-Vergleich haben. Und gerade darin zeigt sich: MEDION ...

... bleibt der Maßstab in Tests.



Capri Sun
MEDION

Philips

Philips

SUPERFUND

SUPERFUND

#

MEDION
MAGNETI MARELLI



MEDION



Die Schnelligkeit der Jugend ...

Schnelligkeit hat MEDION schon immer ausgezeichnet – sei es bei der Einführung neuer innovativer Technologien oder beim Brechen von Preisgrenzen. Da liegt nichts näher, als einen ganz besonders schnellen zu unterstützen: den Newcomer im Formel-1-Geschehen, Adrian Sutil. Wir glauben, dass er als Stammfahrer im Spyker-Team einiges bewegen wird.

Und auch das Spyker-Team wird zeigen, was in ihm steckt – nicht zuletzt auch mit MEDION-Technik. Sie sehen: Wir ruhen uns nicht aus. Damit auch in Zukunft eines gilt: Die Schnelligkeit unserer Jugend ...

... macht allen viel Freude.

6

MEDION-Aktie

6.1	Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2006	_____	99
6.2	Compliance	_____	100
6.3	Investor Relations	_____	101

- SCHWACHE KURSENTWICKLUNG IN DER IT-INDUSTRIE
- STABILE AKTIONÄRSSTRUKTUR
- COMPLIANCE AUSGEBAUT

Die Börsen in Europa profitierten von niedrigen Zinsen, hoher Liquidität und sich verbessernden Konjunkturaussichten. Alle wesentlichen Indices sind im Börsenjahr 2006 deutlich gestiegen. Diese Parameter bildeten ebenfalls die Grundlage für einen Anstieg des DAX von 5.410,24 Punkten zu Jahresanfang bis auf 6.596,92 Punkte am 31. Dezember 2006. Im SDAX verlief die Entwicklung ähnlich; von 4.246,10 Punkten zu Jahresanfang wurden dann bis zum 31. Dezember 2006 5.567,36 Punkte erreicht.

Die MEDION-Aktie zeigte hier aufgrund der besonderen Unternehmenssituation eine davon unabhängige deutlich schwächere Entwicklung. Nur in den ersten drei Monaten des Jahres 2006 wurden deutliche Kurszuwächse verzeichnet. Der Kursanstieg um 40 % bis auf € 13 war getragen von den Hoffnungen des Marktes auf ein starkes Anziehen der Consumer-Electronics-Verkäufe im Vorfeld der Fußball-WM in Deutschland.

Mit Vorlage des MEDION-Geschäftsberichtes 2005 und Bekanntgabe eines bei Umsatz und Ergebnis deutlich unter dem Vorjahr liegenden ersten Quartals im März 2006 ging der Aktienkurs zurück. Auf einem Niveau zwischen € 8 und € 9 tendierte er danach seitwärts bis zur Ad-hoc-Mitteilung am 2. Oktober 2006.

Nach der Internationalen Funkausstellung Mitte September 2006 verfestigte sich für das MEDION-Management die Erkenntnis, dass das Weihnachtsgeschäft unter den geplanten Erwartungen zurückbleiben würde und der in 2006 erkennbare Trend rückläufiger Verkaufspreise in den Produktbereichen Desktop-PCs, Notebooks und mobile Navigationsgeräte zu einem starken Umsatzrückgang vor allem im wichtigen vierten Quartal 2006 führen werde. Dies wurde dann am 2. Oktober 2006 unter Einbezug der notwendigen Restrukturierungsaufwendungen kommuniziert.

Der Aktienkurs gab daraufhin um 10 % nach und pendelte sich knapp einen Euro über dem rechnerischen Eigenkapital der MEDION-Aktie unter Einbezug der zu erwartenden Verluste in einer Spanne zwischen € 7,50 und € 8,50 ein.

Die Kursentwicklung der MEDION-Aktie im abgelaufenen Geschäftsjahr wird jedoch etwas relativiert, wenn man sie mit der anderer Werte aus der IT-Industrie vergleicht. Namhafte amerikanische PC-Hersteller haben in 2006 eine ähnliche oder sogar schlechtere Aktienkursperformance gezeigt. Ähnliches gilt auch für Hersteller von Chips oder anderen wichtigen Bestandteilen der Desktop-PC- und Notebook-Produktion.

Positiv ist die Tatsache, dass in der MEDION-Aktie investierte große und langfristig orientierte Aktienfonds aus dem In- und Ausland die Kursschwäche nicht zum Anlass für einen Verkauf der Aktie genommen haben. Der Kursrückgang nach der Ad-hoc-Mitteilung vom 2. Oktober 2006 fand daher bei durchschnittlich üblichen Umsatzstückzahlen statt. Die sich anschließende Zeit bis zum Jahresende 2006 weist bei einer geringen Kursvolatilität sogar unterdurchschnittliche Umsätze von ca. 60.000 Aktien pro Handelstag auf Xetra aus.

Die relativ breite Coverage von 16 aktiven Analysten in der MEDION-Aktie hat sich im Jahr 2006 nicht wesentlich verändert.

Hauptversammlung und Dividende

Auf der Hauptversammlung am 12. Mai 2006 haben die Aktionäre der MEDION AG beschlossen, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2005 zur Ausschüttung einer Dividende von € 0,19 je Aktie zu verwenden. Vorstand und Aufsichtsrat wurden mit nur wenigen Gegenstimmen entlastet. Des Weiteren wurde der Aufsichtsrat neu gewählt und ein neues genehmigtes Kapital von € 24.000.000,00 geschaffen. Im Geschäftsjahr 2006 und bis zum März 2007 fanden keine Kapitalmaßnahmen statt. Auch von der auf der Hauptversammlung erteilten Ermächtigung, eigene Aktien der MEDION AG bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben, hat der Vorstand keinen Gebrauch gemacht.

Die Gesellschaft hat auf der Hauptversammlung 2006 zwei weisungsgebundene Stimmrechtsvertreter zur Wahrnehmung von Stimmrechten angeboten und die Hauptversammlung – bis auf die Beiträge der Aktionäre und Aktionärsvertreter – im Internet übertragen.

Aufgrund des hohen Jahresfehlbetrages wird für das Geschäftsjahr 2006 keine Dividendenausschüttung vorgeschlagen.

6.2

Compliance

Mit In-Kraft-Treten des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes und Vorlage eines ausführlichen Emitentenleitfadens durch die BaFin hat das Thema Compliance nochmals an Bedeutung gewonnen. MEDION hat sich frühzeitig darauf eingestellt und auch in 2006 alle neu eingestellten betroffenen Mitarbeiter über diese Rechtslage schriftlich informiert. Das firmeninterne Intranet gibt allen Mitarbeitern Zugang zu weiterführenden Informationen und bietet eine aktuelle Präsentation mit Verhaltensempfehlungen zum richtigen Umgang mit Geschäftsgeheimnissen.

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

Der Aufsichtsrat der MEDION AG wurde auf seiner Sitzung am 5. Dezember 2006 über den Stand der Compliance-Maßnahmen unterrichtet.

Investor Relations bei MEDION ist die zielgerichtete und kontinuierliche Kommunikation mit institutionellen und privaten Investoren sowie Analysten über die Strategie des Konzerns unter Berücksichtigung auch der historischen, gegenwärtigen und der Annahmen zur zukünftigen Geschäftsentwicklung.

Dabei orientiert sich die Finanzkommunikation an den Grundsätzen einer aktuellen, kontinuierlichen, glaubwürdigen und offenen Darstellung des Unternehmens sowie seiner Chancen und Risiken. Oberste Priorität hat der Grundsatz des Fair Disclosure, das heißt, alle Adressaten erhalten zeitlich und inhaltlich denselben Informationsstand. Alle Veröffentlichungen und Finanzberichte werden auf der Homepage des Unternehmens www.medion.com dokumentiert. Die Struktur der Berichte wurde im Jahr 2006 nicht geändert, die Segmentberichte bilden das Unternehmen und seine geographische Distribution adäquat ab.

Alle Veröffentlichungstermine von Quartalsberichten werden von ausführlichen englischsprachigen Telefonkonferenzen begleitet, an denen in 2006 sowohl der Vorstandsvorsitzende als auch der Finanzvorstand teilgenommen haben. Im Anschluss an die Telefonkonferenzen werden für einen zeitlich befristeten Zeitraum so genannte Replay-Aufzeichnungen angeboten. Präsentationen bei großen Kapitalmarkt-Konferenzen und ausgewählten Veranstaltungen, zum Beispiel zu den Themen Einzelhandel und Konsum, wurden vom Vorstand und von Investor Relations wahrgenommen.





Die Freiheit für Zuhause ...

Ausgerechnet in der Wohnung auf Mobilität verzichten ist nicht mehr zeitgemäß. Deshalb hat MEDION den Akoya-Entertainment-PC entwickelt. Er kombiniert Flachbild-TV mit digitalem DVB-T und analogem TV-Empfänger, DVD-Player-Recorder sowie einem voll ausgestatteten PC.

Dank neuem Gehäusekonzept, Platz sparender Notebook-Technologie und kabellosen Verbindungen können Sie ihn vom Wohnzimmer einfach auf die Terrasse oder ins Schlafzimmer mitnehmen. Und wenn Sie gar nicht mehr auf den Akoya verzichten wollen – er ...

... macht auch im Büro oder im Urlaubsdomizil eine gute Figur.

7

Konzernabschluss der MEDION AG

7.1	Ausgewählte Kennzahlen	_____	105
7.2	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	_____	106
7.3	Konzern-Kapitalflussrechnung	_____	107
7.4	Konzernbilanz	_____	108
7.5	Entwicklung des Konzerneigenkapitals	_____	110
7.6	Segmentbericht	_____	111
7.7	Konzernanlagenspiegel	_____	112

7.1

Ausgewählte Kennzahlen

Werte in Mio.€	01.01. - 31.12.2006	01.01. - 31.12.2005
Umsatz	1.605	2.527
-Inland	1.076	1.699
-Ausland	529	828
Umsatzaufteilung nach Geschäftsbereichen		
-PC/Multimedia	1.115	1.799
-Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	319	632
-Kommunikationstechnik	171	96
EBIT	-93,6	22,0
davon: Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung (Vorjahr: Restrukturierungsaufwand)	100,0	20,5
Jahresfehlbetrag/-überschuss	-65,4	9,2
Bilanzsumme	684	829
Eigenkapitalquote	53,51 %	53,25 %
Mitarbeiter	1.298	1.551
Personalaufwand	51,8	59,9
Aktienbezogene Daten		
Grundkapital	€ 48.418.400	
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000	
Ergebnis je Aktie (in €)	-1,35	0,19

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	01.01.- 31.12.2006	01.01.- 31.12.2005
1. Umsatzerlöse	(1)	1.604.616	2.526.668
2. Sonstige betriebliche Erträge	(2)	6.806	9.946
3. Materialaufwand	(3)	1.445.366	2.285.715
4. Personalaufwand	(4)	51.754	59.903
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		8.173	8.476
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5)	99.718	139.992
7. Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung (Vorjahr: Restrukturierungsaufwand)	(6)	100.015	20.513
8. Betriebsergebnis (EBIT)		-93.604	22.015
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(7)	3.388	2.263
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(7)	5.424	6.391
11. Ergebnis vor Steuern (EBT)		-95.640	17.887
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (+/- Ertrag/Aufwand)	(8)	30.630	-8.567
13. Sonstige Steuern		-374	-120
14. Konzernjahresfehlbetrag/-überschuss		-65.384	9.200
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert)		-1,35	0,19
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)		48.418.400	48.418.400
Ergebnis je Aktie in € (verwässert)		-1,35	0,19
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)		48.418.400	48.418.400

Werte in T€	01.01.–31.12.2006	01.01.–31.12.2005
1. Betriebsergebnis (EBIT)	-93.604	22.015
2. + Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	91.163	0
3. +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	8.173	8.476
4. +/- Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	384	462
Brutto Cashflow	6.116	30.953
5. -/+ Abnahme/Zunahme der übrigen Rückstellungen	-11.633	15.966
6. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	228.825	90.985
7. -/+ Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-75.088	-30.455
8. +/- Ein-/Auszahlungen für Ertragsteuern (Saldo)	8.972	-22.591
9. = Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 8)	157.192	84.858
10. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens sowie Tilgung von Ausleihungen	4.949	377
11. - Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-7.182	-12.865
12. = Cashflow aus der Investitionstätigkeit (Summe aus 10 und 11)	-2.233	-12.488
13. - Auszahlungen für Dividende	-9.200	-26.630
14. + Erhaltene Zinsen	3.388	2.263
15. - Auszahlungen für Zinsen	-4.857	-7.808
16. - Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-)Krediten (Saldo)	-68	-883
17. = Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Summe aus 13 bis 16)	-10.737	-33.058
18. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 9, 12, 17)	144.222	39.312
19. +/- Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	-109	416
20. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	127.126	87.398
21. = Finanzmittelfonds am Ende der Periode (Summe aus 18 bis 20)	271.239	127.126

Aktiva	Anmerkung	31.12.2006	31.12.2005
Werte in T€	im Anhang		
Kurzfristige Vermögensgegenstände			
Liquide Mittel		271.239	127.126
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(9)	125.729	350.738
Vorräte	(10)	160.808	246.279
Latente Steuern	(8)	1.485	0
Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	(11)	46.952	50.925
Kurzfristige Vermögensgegenstände, gesamt		606.213	775.068
Langfristige Vermögensgegenstände			
Sachanlagevermögen	(12)	36.136	37.055
Immaterielle Vermögensgegenstände	(13)	7.225	9.378
Geschäfts- und Firmenwert	(14)	194	194
Finanzanlagen	(15)	122	2.827
Ausleihungen		99	261
Latente Steuern	(8)	29.432	3.794
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	(16)	5.009	73
Langfristige Vermögensgegenstände, gesamt		78.217	53.582
Aktiva, gesamt		684.430	828.650

Passiva	Anmerkung	31.12.2006	31.12.2005
Werte in T€	im Anhang		
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Darlehen und kurzfristiger Anteil an langfristigen Darlehen		597	292
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		151.112	237.888
Steuerrückstellungen	(8, 17)	323	593
Sonstige Rückstellungen	(18)	152.734	124.178
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	(19)	10.218	21.248
Kurzfristige Verbindlichkeiten, gesamt		314.984	384.199
Langfristige Verbindlichkeiten			
Anleihen	(20)	701	947
Langfristige Darlehen	(21)	229	356
Pensionsrückstellungen	(22)	2.308	1.924
Langfristige Verbindlichkeiten, gesamt		3.238	3.227
Eigenkapital	(23)		
Gezeichnetes Kapital		48.418	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418			
- Bedingtes Kapital: T€ 21.982 (Vorjahr: T€ 21.982)			
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 10.000)			
Kapitalrücklage		141.665	141.665
Erwirtschaftetes Eigenkapital		176.125	251.141
Eigenkapital, gesamt		366.208	441.224
Passiva, gesamt		684.430	828.650

7.5

Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Werte in T€	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital			Gesamt
			Andere Gewinnrücklagen/ Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanzinstrumenten	Währungsumrechnungsdifferenzen	
Stand 1. Januar 2005	48.418	140.745	269.115	-986	-1.254	456.038
Erfolgsneutrale Veränderungen						
Veränderungen der Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	0	453	453
Einstellung in die Bewertungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	1.243	0	1.243
Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2004	0	0	-26.630	0	0	-26.630
Bewertung share-based payments nach IFRS 2 für 2005	0	920	0	0	0	920
Konzernergebnis	0	0	9.200	0	0	9.200
Stand 31. Dezember 2005	48.418	141.665	251.685	257	-801	441.224
Stand 1. Januar 2006	48.418	141.665	251.685	257	-801	441.224
Erfolgsneutrale Veränderungen						
Veränderungen der Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	0	-108	-108
Einstellung in die Bewertungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	-324	0	-324
Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2005	0	0	-9.200	0	0	-9.200
Konzernergebnis	0	0	-65.384	0	0	-65.384
Stand 31. Dezember 2006	48.418	141.665	177.101	-67	-909	366.208

7.6

Segmentbericht

Werte in T€	Deutschland		Europa		Amerika		Übriges Ausland/ Konsolidierung		Konzern	
	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005
Außenumsätze (netto)	1.076.242	1.698.782	460.868	768.944	8.092	24.722	59.414	34.220	1.604.616	2.526.668
Innenumsätze (netto)	33.799	51.305	18.398	22.404	511	6.180	-52.708	-79.889	0	0
Umsatzerlöse (netto)	1.110.041	1.750.087	479.266	791.348	8.603	30.902	6.706	-45.669	1.604.616	2.526.668
EBIT	-73.044	13.018	-17.016	13.908	-1.258	-3.599	-2.286	-1.312	-93.604	22.015
Brutto Cashflow	7.031	19.762	1.934	15.935	-820	-3.437	-2.029	-1.307	6.116	30.953
Segmentvermögen	469.153	545.836	188.324	274.174	3.847	16.008	23.106	-7.368	684.430	828.650
Segmentsschulden	230.416	284.617	82.520	104.836	1.445	7.540	3.841	-9.567	318.222	387.426
Investitionen	5.677	9.646	1.436	2.869	25	174	44	176	7.182	12.865

Werte in T€	Stand	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	Differenz aus	Stand
	01.01.2006				Währungs-	31.12.2006
	Anschaffungskosten					
Grundstücke und Bauten	25.529	2.523	2.071	6.522	0	32.503
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	21.875	2.710	793	0	4	23.796
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	6.859	28	0	-6.522	0	365
Sachanlagevermögen	54.263	5.261	2.864	0	4	56.664
Lizenzen	3.130	114	3	0	-1	3.240
EDV-Software	15.875	1.798	0	74	0	17.747
Geleistete Anzahlungen	77	0	0	-74	0	3
Immaterielle Vermögensgegenstände	19.082	1.912	3	0	-1	20.990
Geschäfts- und Firmenwert	516	0	0	0	0	516
Anteile an verbundenen Unternehmen	113	9	0	0	0	122
Beteiligungen	0	0	0	0	0	0
Geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen	2.714	0	2.714	0	0	0
Finanzanlagen	2.827	9	2.714	0	0	122
Ausleihungen	261	0	162	0	0	99
	76.949	7.182	5.743	0	3	78.391

Konzernabschluss der MEDION AG

113 |

7.7 Konzernanlagenspiegel

Stand 01.01.2006	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand 31.12.2006	Stand 31.12.2006	Stand 01.01.2006
Abschreibungen					Buchwerte		
3.748	998	335	0	0	4.411	28.092	21.781
13.460	3.112	457	0	2	16.117	7.679	8.415
0	0	0	0	0	0	365	6.859
17.208	4.110	792	0	2	20.528	36.136	37.055
873	594	2	0	-1	1.464	1.776	2.257
8.831	3.469	0	0	1	12.301	5.446	7.044
0	0	0	0	0	0	3	77
9.704	4.063	2	0	0	13.765	7.225	9.378
322	0	0	0	0	322	194	194
0	0	0	0	0	0	122	113
0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	2.714
0	0	0	0	0	0	122	2.827
0	0	0	0	0	0	99	261
27.234	8.173	794	0	2	34.615	43.776	49.715



Konzernanhang

8.1	Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss	115
8.1.1	Aufstellungsgrundsätze	
8.1.2	Konsolidierungskreis	
8.1.3	Konsolidierungsmethoden	
8.1.4	Grundsätze der Währungsumrechnung	
8.1.5	Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	
8.1.6	Verwendung von Annahmen und Schätzungen	
8.2	Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz	123
8.2.1	Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	
8.2.2	Angaben zur Bilanz	
8.3	Ergänzende Angaben	142
8.3.1	Angaben zur Kapitalflussrechnung	
8.3.2	Segmentberichterstattung	
8.3.3	Ergebnis je Aktie	
8.3.4	Sonstige finanzielle Verpflichtungen	
8.3.5	Management der Währungsrisiken	
8.3.6	Ereignisse nach dem Abschlussstichtag	
8.3.7	Nahe stehende Unternehmen und Personen	
8.3.8	Vorstand	
8.3.9	Aufsichtsrat	
8.3.10	Corporate Governance	

Die MEDION AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht und hat ihren Sitz in Essen, Deutschland. Die Anschrift lautet: MEDION AG, Am Zehnthof 77, 45307 Essen. Die Gesellschaft ist im Handelsregister B des Amtsgerichtes Essen (HRB 13274) eingetragen. Die Aktie wird im Börsensegment „Prime Standard“ im Geregelt Markt in Frankfurt geführt.

Der Konzernabschluss der MEDION AG und ihrer Tochtergesellschaften wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) erlassenen Rechnungslegungsgrundsätzen „International Financial Reporting Standards (IFRS)“ und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Zur Anwendung kamen alle für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2006 verpflichtenden Standards und Interpretationen des IASB, die von der EU übernommen wurden. Der IASB hat im August 2005 den IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht, der zu einer grundlegenden Umstrukturierung der Offenlegungsverpflichtungen für Finanzinstrumente führen wird. Der Standard gilt ab dem 1. Januar 2007 und wird nicht vorzeitig angewendet.

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, der Bilanz, der Konzernkapitalflussrechnung sowie in der Darstellung der Entwicklung des Konzerneigenkapitals werden als Vergleichswerte die Vorjahreszahlen, die dem geprüften Konzernabschluss 2005 entsprechen, angegeben.

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

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge wurden – soweit nicht anders dargestellt – in T€ angegeben. Für die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung findet das Gesamtkostenverfahren Anwendung. Beim Bilanzausweis wird zwischen lang- und kurzfristigen Vermögenswerten und Schulden unterschieden, die im Anhang teilweise detailliert nach ihrer Fristigkeit ausgewiesen werden. Als kurzfristig werden Vermögensgegenstände und Schulden angesehen, wenn sie innerhalb eines Jahres fällig sind.

8.1.2

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006 wurden neben der Muttergesellschaft MEDION AG, Essen, die nachfolgenden Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung nach der Erwerbsmethode einbezogen.

Firma und Sitz	Stammkapital	Beteiligung	Erwerbszeitpunkt	Erste Einbeziehung in den Konzernabschluss
	zum 31.12.2006			
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen („AMS“)	€ 25.000,00	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr („MSG“)	€ 25.000,00	100,00 %	Gründung 2004	ab 1. September 2004
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION France“)	€ 150.000,00	100,00 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 1999
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien („MEDION UK“)	£ 200.000,00	100,00 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 2000
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark („MEDION Nordic“)	DKK 500.000,00	100,00 %	Erwerb 2002	ab 1. Juli 2002
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich („MEDION AT“)	€ 50.000,00	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande („MEDION NL“)	€ 650.000,00	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien („MEDION Italia“)	€ 30.000,00	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Januar 2002
9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien („MEDION Iberia“)	€ 5.000,00	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz („MEDION Schweiz“)	CHF 100.000,00	100,00 %	Gründung 2004	ab 1. Februar 2004
11. MEDION USA, Inc., Delaware, USA („MEDION USA“)	US\$ 10.100.000,00	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. April 2001
12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien („MEDION Australia“)	AU\$ 10.000,00	100,00 %	Gründung 2003	ab 1. November 2003

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

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

Grundlage für die Einbeziehung der Tochterunternehmen in den Konzernabschluss waren die nach Landesrecht aufgestellten und teilweise geprüften Jahresabschlüsse der Gesellschaften für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2006. Überleitungen nach IFRS wurden von den jeweiligen Tochterunternehmen vorgelegt und von den beauftragten Abschlussprüfern bestätigt.

Die übrigen ausländischen Tochtergesellschaften der MEDION AG wurden aufgrund ihrer insgesamt untergeordneten Bedeutung nicht in den Konzernabschluss einbezogen (vgl. unter „8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen“).

8.1.3

Konsolidierungsmethoden

Die Abschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden nach konzern-einheitlichen Ansatz- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgte gemäß IFRS 3 nach der Erwerbsmethode auf den jeweiligen Anschaffungszeitpunkt der Beteiligung. Soweit zum Zeitpunkt des Erwerbs die Anschaffungskosten der Beteiligungen den Konzernanteil am Eigenkapital der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäftswerte (Goodwill). Deren Werthaltigkeit ist gemäß IAS 36 regelmäßig durch Impairment-Tests zu verifizieren.

Darüber hinaus wurde eine Schuldenkonsolidierung und eine Aufwands- und Ertragskonsolidierung durchgeführt. Die aus der Aufwands- und Ertragskonsolidierung entstandenen Differenzen wurden ergebniswirksam verrechnet.

Zwischengewinneliminierungen waren vor dem Hintergrund des IFRS-Grundsatzes der Materiality nicht erforderlich.

Die ausländischen Tochtergesellschaften, deren landesrechtlicher Abschluss nicht in Euro aufgestellt wird, sind nach den in IAS 21 vorgesehenen Abgrenzungskriterien als wirtschaftlich selbständige ausländische Teileinheit („Foreign Entity“) anzusehen. Die jeweilige Landeswährung stellt die funktionale Währung für die Geschäfte dieser Tochtergesellschaften dar.

Die Abschlüsse von Konzernunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden nach der sogenannten modifizierten Stichtagsmethode (IAS 21.39) umgerechnet. Dementsprechend sind sämtliche monetären und nicht monetären Vermögenswerte und Schulden der Bilanz mit dem Bilanzstichtagskurs, das Eigenkapital mit dem historischen Kurs zum Erwerbszeitpunkt bzw. zum Zeitpunkt der Kapitalerhöhung umgerechnet. Die Gewinn- und Verlustrechnungen dieser ausländischen Konzernunternehmen, werden aus Vereinfachungsgründen entsprechend IAS 21.40 zu Durchschnittskursen des Geschäftsjahres umgerechnet. Alle sich ergebenden Umrechnungsdifferenzen werden erfolgsneutral in der Konzernbilanz unter der Position „Währungsumrechnungsdifferenzen“ im Eigenkapital ausgewiesen.

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

		2006	2005	2006	2005
1€ =		Bilanz Mittelkurs am 31.12.		GuV Durchschnittskurs	
Australien	AU\$	1,6681	1,6145	1,6665	1,6326
Dänemark	DKK	7,4558	7,4603	7,4591	7,4517
Großbritannien	£	0,6714	0,6870	0,6827	0,6840
Korea	KRW	n.a.	1.191,00	n.a.	1.265,82
Schweiz	CHF	1,6080	1,5555	1,5731	1,5483
USA	US\$	1,3181	1,1834	1,2560	1,2451

8.1.5

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Sonstige kurzfristige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten werden als finanzielle Vermögenswerte gemäß IAS 39.9 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet. Die Bewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen, die den erwarteten Ausfallrisiken hinreichend Rechnung tragen.

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn die Voraussetzungen gemäß IAS 39.17ff. erfüllt sind. Im Rahmen von Asset-Backed-Security-(ABS)-Transaktionen werden Risiken in Form von Kaufpreisabschlägen berücksichtigt. Die vereinbarten Abschläge beinhalten neben Abschlägen für Verwässerung und Transaktionskosten einen marktüblichen Abschlag für das Bonitätsrisiko in Höhe von 3 %. Gemäß IAS 39.20 werden somit im Wesentlichen alle Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum des finanziellen Vermögenswertes verbunden sind, übertragen.

Die **Vorräte** werden zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten angesetzt. Fremdkapitalkosten werden nicht aktiviert. Die Ermittlung der Anschaffungskosten erfolgt dabei grundsätzlich nach der gewogenen Durchschnittskostenmethode. Der Bewertung der Vorräte zum Abschlussstichtag liegt der niedrigere Betrag aus gewogenem Durchschnittswert und Nettoveräußerungswert zugrunde.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Die Abschreibungsdauer richtet sich nach der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer. Im Zugangsjahr werden die Vermögenswerte des Sachanlagevermögens zeitanteilig (pro rata temporis) abgeschrieben. Neubewertungen des Sachanlagevermögens wurden nicht vorgenommen.

Die Anschaffungskosten der Sachanlagen umfassen den Kaufpreis sowie alle direkt zurechenbaren Kosten, um den Vermögenswert in einen betriebsbereiten Zustand zu versetzen. Es kommen folgende Nutzungsdauern zur Anwendung:

	Nutzungsdauer
Gebäude und Außenanlagen	10–33 Jahre
Mietereinbauten	3–20 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–13 Jahre
Geringwertige Wirtschaftsgüter	1 Jahr

Das wirtschaftliche Eigentum an **Leasinggegenständen** wird demjenigen Vertragspartner in einem Leasingverhältnis zugerechnet, der alle wesentlichen Chancen und Risiken trägt. Trägt der Leasingnehmer die wesentlichen Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum am Leasinggegenstand verbunden sind (Finance Lease), so hat der Leasingnehmer den Leasinggegenstand bilanziell anzusetzen. Der Leasinggegenstand wird im Zugangszeitpunkt mit seinem beizulegenden Wert oder dem niedrigeren Barwert der künftigen Mindestleasingzahlungen bewertet und über die geschätzte Nutzungsdauer oder die kürzere Vertragslaufzeit abgeschrieben. Die Abschreibung wird erfolgswirksam erfasst.

Die **immateriellen Vermögensgegenstände** (entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und Software) werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Die Nutzungsdauern liegen zwischen drei und zehn Jahren.

Forschungs- und Entwicklungskosten waren nicht zu aktivieren.

Der **Geschäfts- und Firmenwert** wird nicht planmäßig abgeschrieben, sondern auf Basis des voraussichtlich erzielbaren Cashflows aus der Zahlungsmittel generierenden Einheit, der der Goodwill zugeordnet ist, hinsichtlich einer Wertminderung untersucht. Der Werthaltigkeitstest ist jährlich durchzuführen. Entsprechend wurde die Werthaltigkeit des Firmenwertes gemäß IFRS 3 und IAS 36 anhand eines Impairment-Tests geprüft. Abschreibungen waren nicht erforderlich.

Die **Finanzanlagen** werden zu Anschaffungskosten zuzüglich Anschaffungsnebenkosten bilanziert.

Das den **Ausleihungen** zugrunde liegende verzinsliche Darlehen wird zum Nominalwert bilanziert.

Die **kurzfristigen Darlehen** und der **kurzfristige Anteil an langfristigen Darlehen**, die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sowie die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** werden zu ihren Rückzahlungsbeträgen – Fremdwährungspositionen zum Fair Value – ausgewiesen.

Sonstige Rückstellungen werden gemäß IAS 37 dann gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen. Die Höhe der Rückstellungen ist durch bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der Verpflichtungen erforderlichen Ausgaben ermittelt worden. So beruht die Beurteilung der Wahrscheinlichkeit, dass ein anhängiges Verfahren Erfolg hat oder die Quantifizierung der möglichen Höhe der Zahlungsverpflichtung auf der Einschätzung der jeweiligen Situation. Wegen der mit dieser Beurteilung verbundenen Unsicherheit können die tatsächlichen Verluste ggf. von den ursprünglichen Schätzungen und damit von dem Rückstellungsbetrag abweichen. Zudem können sich Schätzungen aufgrund neuer Informationen ändern. Änderungen von Schätzungen können sich erheblich auf die künftige Ertragslage auswirken.

Die **Pensionsrückstellung** besteht für Versorgungszusagen an Vorstandsmitglieder. Sie wurde nach versicherungsmathematischen Methoden gemäß IAS 19 berechnet. Gemäß dem Anwartschafts-Barwertverfahren werden sowohl die zum Abschlussstichtag erworbenen Anwartschaften als auch künftig erwartete Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Der 10%-Korridor gemäß IAS 19.92 findet keine Anwendung. Stattdessen werden die im Berichtsjahr auftretenden versicherungsmathematischen Verluste gemäß IAS 19.95 sofort erfolgswirksam verrechnet. Anwendung finden die „Richttafeln 2005 G“ von Prof. Dr. Klaus Heubeck.

Die MEDION AG verwendet **derivative Finanzinstrumente**, um Marktrisiken aus Wechselkursschwankungen bei den Einkaufsgeschäften, die im Wesentlichen in US-Dollar und teils in Britischen Pfund abgewickelt werden, zu reduzieren. Dazu schließt die Gesellschaft zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses des Einkaufskontraktes Kurssicherungsgeschäfte in Form von Devisentermingeschäften ab. Diese entsprechen bezüglich Laufzeit und Betragshöhe im Wesentlichen den zugrunde liegenden Liefergeschäften. Die von MEDION eingesetzten Devisentermingeschäfte erfüllen die Effektivitätsanforderungen nach IAS 39.88 für die Anwendung der Hedge-Accounting-Grundsätze. Dementsprechend werden die Devisentermingeschäfte gemäß IAS 39 mit dem Marktwert zum Abschlussstichtag in der Bilanz angesetzt. Dabei werden die Marktwerte der Devisentermingeschäfte, die aus Sicht des Abschlussstichtages der Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen (Cashflow-Hedges), erfolgsneutral über eine gesonderte Rücklage im Eigenkapital abgegrenzt. Diejenigen Devisentermingeschäfte, die der Absicherung von Währungsrisiken von Bilanzpositionen dienen (Fair-Value-Hedges), werden – wie auch die entsprechenden Bewertungsänderungen der Grundgeschäfte – erfolgswirksam bilanziert. Da die Finanzinstrumente ausschließlich zur Kurssicherung der bei den Einkaufsgeschäften zugrunde gelegten Kalkulationskurse dienen, werden die aus der Währungsumrechnung und der Währungssicherung durch Devisentermingeschäfte entstehenden Erträge und Aufwendungen im Materialaufwand erfasst.

Die **Umsatzerlöse** werden zum Zeitpunkt des Gefahrenüberganges erfolgswirksam erfasst. Die Umsätze werden abzüglich Retouren, Skonti sowie umsatzabhängiger Boni und anderer Erlösschmälerungen ausgewiesen.

Die **Ertragsteuern** enthalten sowohl die unmittelbar zu entrichtenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag als auch latente Steuern. Soweit temporäre Differenzen aus der unterschiedlichen Behandlung bestimmter Bilanzposten zwischen dem IFRS-Konzernabschluss und dem steuerlichen Abschluss vorliegen, führen diese zum Ansatz von aktiven und passiven latenten Steuern. Latente Steuern auf Verlustvorträge werden aktiviert, sofern damit gerechnet werden kann, dass diese in den zukünftigen Perioden durch ein ausreichend zur Verfügung stehendes steuerliches Einkommen auch genutzt werden können. Für die Bewertung der latenten Steuern werden die Steuersätze zum Realisationszeitpunkt zugrunde gelegt, die auf Basis der aktuellen Rechtslage in den einzelnen Ländern zum Bilanzstichtag gelten. Eine Abzinsung aktiver und passiver latenter Steuern wird entsprechend den Regelungen des IAS 12 nicht vorgenommen. Der Berechnung von tatsächlichen und latenten Steuern liegen Beurteilungen und Schätzungen der Gesellschaft zugrunde. Weichen die tatsächlichen Ereignisse von diesen Schätzungen ab, könnte dies nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die sich auf den Ausweis und die Höhe der bilanzierten Vermögensgegenstände, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben. Diese Annahmen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf die konzerneinheitliche Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern, die Bewertung von Rückstellungen, die Realisierbarkeit von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Erkenntnis erfolgswirksam berücksichtigt.

(1) Die **Umsatzerlöse** verteilen sich auf folgende Bedarfsbereiche:

Werte in T€	2006	2005
PC/Multimedia	1.114.592	1.798.477
Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	318.886	632.252
Kommunikationstechnik	171.138	95.939
	1.604.616	2.526.668

Wesentlicher Umsatzträger ist mit 69,5 % am Gesamtumsatz weiterhin das Geschäftsfeld PC/Multimedia. Einen wesentlichen Zuwachs (+78,4 %) verzeichnet der Bereich Kommunikationstechnik am Gesamtumsatz; insbesondere aufgrund des Einstiegs in den Bereich „Mobile Telefonie“.

Nach Regionen setzen sich die Umsätze wie folgt zusammen:

Werte in T€	2006	2005
Deutschland	1.076.242	1.698.782
Europa	460.868	768.944
Asien/Australien	59.414	34.220
USA	8.092	24.722
	1.604.616	2.526.668

(2) Die **sonstigen betrieblichen Erträge** betreffen im Wesentlichen Erträge aus Auflösungen von Rückstellungen, Versicherungserstattungen und Provisionen. Daneben sind periodenfremde Erträge in Höhe von T€ 513 (Vorjahr: T€ 3.056) enthalten.

(3) Bei den **Materialaufwendungen** handelt es sich um die Aufwendungen für die Beschaffung und Lohnfertigung der im Rahmen der Projekte vertriebenen Güter in den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik einschließlich der Anschaffungsnebenkosten und der bezogenen Aufwendungen.

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

Werte in T€	2006	2005
Löhne und Gehälter	43.501	50.070
Soziale Abgaben	7.869	9.462
Aufwendungen für Altersversorgung	384	371
	51.754	59.903

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeitäquivalente) entwickelte sich wie folgt:

Mitarbeiter nach Gruppen	2006	2005
Kaufmännisch	578	669
Gewerblich/technisch	212	246
Call-Center	508	636
	1.298	1.551

Konzernanhang der MEDION AG

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

Regionale Aufteilung	2006	2005
Inland		
Kaufmännisch	516	584
Gewerblich/technisch	129	150
Call-Center	412	503
	1.057	1.237
Ausland		
Kaufmännisch	62	85
Gewerblich/technisch	83	96
Call-Center	96	133
	241	314

(5) Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich aufgrund der reduzierten Umsätze und der im Berichtsjahr umgesetzten Struktur- und Kostenanpassungsmaßnahmen deutlich gegenüber dem Vorjahr verringert.

Sie setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2006	2005
Vertriebsaufwendungen	76.676	110.885
Verwaltungsaufwendungen	13.126	16.150
Betriebsaufwendungen	6.757	5.782
Übrige	3.159	7.175
	99.718	139.992

In den **Vertriebsaufwendungen** sind im Wesentlichen Aufwendungen für Kundenservice, Ausgangsfrachten sowie Marketingaufwendungen, Provisionen und Entsorgungsabgaben sowie sonstige Vertriebsnebenkosten enthalten. Unter den **Verwaltungsaufwendungen** werden Aufwendungen für Versicherungen, Rechts- und Beratungskosten, Fremdleistungen, Nebenkosten des Geldverkehrs und sonstige allgemeine Verwaltungskosten zusammengefasst. Bei den **Betriebsaufwendungen** handelt es sich um Aufwendungen für Mieten, Reparaturen und Betriebsbedarf. Die **übrigen Aufwendungen** enthalten primär periodenfremde Aufwendungen, Einzel- und Pauschalwertberichtigungen auf Forderungen sowie Kursdifferenzen.

Die innerhalb der Verwaltungsaufwendungen erfassten Honorare für die Konzernabschlussprüfung sowie die Prüfungen der Tochtergesellschaften gliedern sich wie folgt:

Werte in T€	2006	2005
Honorar für Abschlussprüfungen	296	350
Honorar für sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	23	0
Steuerberatungshonorare	78	24
Übrige Honorare	29	61
	426	435

(6) **Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung (Vorjahr: Restrukturierungsaufwand):**

Werte in T€	2006	2005
Abwertungen auf Vorräte	51.163	15.906
Realisierte Wertberichtigungen aus Abverkäufen	8.852	3.402
Zuführung Gewährleistungsrückstellung	40.000	0
Restrukturierung von Service- und Vertriebsstandorten	0	1.205
	100.015	20.513

Im Berichtsjahr haben sich aufgrund eines Überangebotes auf dem Primärmarkt die Rahmenbedingungen für die Zweitvermarktung von Retouren- und Servicewaren verschlechtert. Den sich daraus ergebenden Risiken wurde durch außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte in Höhe von T€ 51.163 auf den gesunkenen Nettoveräußerungswert Rechnung getragen. Zudem wurden im 2. Halbjahr durch Sonderaktionen im Abverkauf von Retouren- und Servicewaren zu reduzierten Preisen bereits Wertberichtigungen von insgesamt T€ 8.852 realisiert.

Wegen geänderter Schätzparameter in Bezug auf die Berechnung der Gewährleistungsrückstellung wurde in 2006 einmalig eine Sonderzuführung von T€ 40.000 ergebnismindernd berücksichtigt (vgl. weitere Ausführungen unter (18)).

(7) Das **Zinsergebnis** stellt sich wie folgt dar:

Werte in T€	2006	2005
Zinserträge	3.388	2.263
Zinsaufwendungen	-2.486	-4.533
Finanzierungskosten	-2.938	-1.858
	-2.036	-4.128

Die Zinserträge und -aufwendungen sowie die Finanzierungskosten sind mit Ausnahme der abgegrenzten Finanzierungskosten in Höhe von T€ 567 im Berichtsjahr zahlungswirksam geworden.

Konzernanhang der MEDION AG

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

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

Werte in T€	2006	2005
MEDION AG		
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	-3.384	3.756
Gewerbeertragsteuer	-1.238	3.421
AMS	330	389
MEDION NL	260	184
MSG	175	237
MEDION France	71	100
MEDION UK	66	178
MEDION Austria	45	47
Übrige	84	560
Latente Steuern	-27.039	-305
	-30.630	8.567

Die Erträge aus Ertragsteuern der MEDION AG resultieren im Wesentlichen aus der Aktivierung des Körperschaftsteuerguthabens gemäß § 37 KStG (T€ 2.552) sowie aus der steuerlichen Betriebsprüfung (T€ 1.805).

Konzernanhang der MEDION AG

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

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

Werte in T€	2006	2005
1. Konzernergebnis vor Ertragsteuern	-96.014	17.767
2. Anzuwendender theoretischer Steuersatz in %	39,91	39,85
3. Theoretische Steuer	-38.319	7.080
4. Unterschiede zu ausländischen und latenten Steuern		
Effekt aus nicht steuerrelevanten Aufwendungen (IFRS 2)	0	367
Sonstige	562	-409
5. Nicht aktivierte latente Steuern auf Verlustvorträge		
MEDION AG	9.365	0
Tochtergesellschaften (MEDION USA)	0	1.504
6. Körperschaftsteuerminderung auf Ausschüttungen	0	-222
7. Aktivierung Körperschaftsteuerguthaben	-2.340	0
8. Steuern auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	197	150
9. Steuererstattungen/-nachzahlungen für Vorjahre	-95	97
10. Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-30.630	8.567
11. Tatsächlicher Ertragsteuersatz in %	31,90	48,22

Der einheitlich theoretische Ertragsteuersatz für 2006 von 39,91 % errechnet sich aus der effektiven Gewerbesteuerbelastung von 18,39 %, der Körperschaftsteuer von 25,0 % und einem Solidaritätszuschlag von 5,5 %. Dieser Steuersatz entspricht dem gesetzlichen Steuersatz der MEDION AG als Mutterunternehmen.

Die **latenten Steuern** haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2006	2005
Latenter Steueraufwand	-27.039	-305
Davon aus:		
Temporären Differenzen	2.671	-305
Steuerlichen Verlustvorträgen	-29.710	0
	-27.039	-305

Die Aufwendungen aus **temporären Differenzen** betreffen im Wesentlichen mit T€ 2.363 die Auflösung von aktivischen latenten Steuerverdifferenzen aus Betriebsprüfungen bei der MEDION AG.

Zum Abschlussstichtag verfügt der MEDION-Konzern über inländische körperschaftsteuerliche **Verlustvorträge** in Höhe von T€ 97.740 (Vorjahr: T€ 0) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von T€ 98.342 (Vorjahr: T€ 0) sowie ausländische Verlustvorträge von T€ 5.042 (MEDION USA; Vorjahr: T€ 5.615) zur Verrechnung mit zukünftigen Gewinnen.

Obwohl die MEDION USA in 2006 ein positives Ergebnis erzielt hat und auch für die Zukunft voraussichtlich keine Verluste mehr erwartet werden, wurde auf eine Aktivierung latenter Steuern wegen der untergeordneten Geschäftstätigkeit der Tochter verzichtet.

Die inländischen Verlustvorträge entfallen vollständig auf die MEDION AG und sind nach den zurzeit geltenden gesetzlichen Regelungen unbegrenzt vortragsfähig.

Basierend auf den aktuellen Planungsrechnungen wird innerhalb eines als hinreichend sicher definierten Planungshorizontes von sechs Jahren bei der MEDION AG eine positive Ertragsentwicklung erwartet und in diesem Betrachtungszeitraum mit einer Nutzung der steuerlichen Verlustvorträge in Höhe von T€ 74.276 gerechnet. Auf diese als nutzungsfähig definierten steuerlichen Verluste wurde ein latenter Steueranspruch in Höhe von T€ 29.710 aktiviert. Für die darüber hinausgehenden steuerlichen Verlustvorträge wurden demgegenüber keine latenten Steueransprüche berücksichtigt. Der Ansatz aktiver latenter Steuern wird jährlich überprüft werden. Hierzu werden die Planungsrechnungen mit den tatsächlichen Ergebnissen verglichen und erwartete Trends der Branche analysiert. Das Erreichen der Planungsziele in der Zukunft kann die derzeitige Einschätzung der Werthaltigkeit von aktiven latenten Steuern ändern. In dem Maße, in dem die Nutzung weiterer steuerlicher Verlustvorträge wahrscheinlich wird, wird es ggf. zu einem Ansatz von weiteren latenten Steueransprüchen kommen.

Konzernanhang der MEDION AG

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

Bei der Aktivierung wird im Berichtsjahr ein in Deutschland geltender Ertragsteuersatz von 40 % angesetzt. Der aktivierte Steueranspruch zum 31. Dezember 2006 würde unter Berücksichtigung der erwarteten Unternehmenssteuerreform mit einem ab 2008 unterstellten Ertragsteuersatz von 30 % um T€ 7.092 auf T€ 22.618 sinken.

Die latenten Steuern entfallen auf folgende wesentliche Positionen:

Werte in T€	aktivisch	passivisch	aktivisch	passivisch
	31.12.2006		31.12.2005	
Kurzfristig:				
Aus erfolgsneutraler Verrechnung im Eigenkapital	44	0	0	172
Wertberichtigungen auf Forderungen	99	0	0	0
Steuerliche Verlustvorträge	1.342	0	0	0
	1.485	0	0	172
Langfristig:				
Sachanlagevermögen	526	100	329	71
Pensionsrückstellungen	416	0	343	0
Übrige Rückstellungen	122	0	3.122	1
Steuerliche Verlustvorträge	28.368	0	0	0
	29.432	100	3.794	72*
	30.917	100*	3.794	244

*Wegen untergeordneter Bedeutung erfolgt Ausweis unter Steuerrückstellungen

Die latenten Steuern aus erfolgsneutralen Verrechnungen im Eigenkapital (T€ 44; Vorjahr: T€ -172) resultieren aus den Cashflow-Hedges im Rahmen des Hedge-Accounting gemäß IAS 39.

Kurzfristige Vermögensgegenstände

(9) Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	31.12.2006	31.12.2005
Forderungen	131.986	358.087
Abzüglich Wertberichtigungen	-6.257	-7.349
	125.729	350.738

Die MEDION AG hat bis zum 31. Dezember 2006 Asset-Backed-Security-(ABS)-Transaktionen mit einem Nominalvolumen von T€ 158.730 durchgeführt.

(10) Die **Vorräte** betreffen im Wesentlichen bei fremden Lagerhaltern und Spediteuren gelagerte Handelswaren für größtenteils fest disponierte Projektaufträge, schwimmende Waren sowie Service- und Retourenwaren.

Die Vorräte gliedern sich auf die umsatzbezogenen Bedarfsbereiche wie folgt auf:

Werte in T€	31.12.2006	31.12.2005
PC/Multimedia	114.477	179.596
Unterhaltungs- und Haushaltselektronik	32.809	55.073
Kommunikationstechnik	13.522	11.610
	160.808	246.279

Zum Abschlussstichtag sind in den Vorräten die folgenden Abwertungen enthalten:

Werte in T€	31.12.2006	31.12.2005
Auf Retouren- und Servicewaren	49.643	38.079
Auf Produktivbestände	15.240	9.428
	64.883	47.507

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

Werte in T€	31.12.2006	31.12.2005
Ausstehende Lieferantengutschriften	29.680	19.215
Steuerforderungen		
- Ertragsteuern	10.080	14.876
- Umsatz- und sonstige Steuern	3.373	8.154
Rechnungsabgrenzungsposten	2.099	2.638
Übrige	1.720	6.042
	46.952	50.925

Die ausstehenden Lieferantengutschriften betreffen nachträglich noch zu leistende Preisgutschriften für gelieferte Produkte sowie Ansprüche aus der Abwicklung von Defektmaterialien. Bei den Ertragsteuerforderungen resultieren T€ 5.462 aus der steuerlichen Betriebsprüfung der MEDION AG, daneben sind noch Gewerbesteuerforderungen aus 2005 der Muttergesellschaft von T€ 3.779 aktiviert. In den Rechnungsabgrenzungsposten werden vorausbezahlte Aufwendungen für den Kreditrahmenvertrag Syndicated Loan in Höhe von T€ 567 (kurzfristiger Anteil) ausgewiesen. Darüber hinaus beinhaltet dieser Posten abgegrenzte Lizenzgebühren, Servicekosten sowie Wartungs-, Versicherungs- und Mietvorauszahlungen und übrige Abgrenzungen.

Langfristige Vermögensgegenstände

(12) Das Gesamtinvestitionsvolumen im Bereich des **Sachanlagevermögens** beziffert sich auf T€ 5.261. Die Zugänge betreffen im Wesentlichen mit T€ 2.672 die Fortführung des Ausbaus und der Renovierung der Betriebsimmobilie in Essen-Kray. Nach Fertigstellung und Bezug eines kernsanierten Gebäudes durch die Allgemeine Multimedia Service GmbH wurde das bis dahin genutzte Containergebäude zum Restbuchwert von T€ 1.742 veräußert.

Im Berichtsjahr wurde eine Finanzierungs-Leasing-Vereinbarung zu marktüblichen Konditionen über IT-Zubehör abgeschlossen; Vereinbarungen zu bedingten Mietzahlungen und Beschränkungen wurden nicht getroffen. Der Nettobuchwert der geleaste Vermögenswerte beträgt T€ 1.305. Dieser Betrag setzt sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	≤ 1 Jahr	1 Jahr < x ≤ 5 Jahre	Summe
Mindestleasingzahlungen	475	853	1.328
Abzinsung	6	17	23
Barwert	469	836	1.305

(13) Die Zugänge im Bereich der **immateriellen Vermögensgegenstände** von insgesamt T€ 1.912 betreffen vor allem mit T€ 1.139 den Erwerb von SAP Lizenzen sowie den Kauf von Datenbank-Lizenzen mit T€ 380.

(14) Der **Geschäfts- und Firmenwert** ergibt sich als Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung der MEDION Nordic. Die Werthaltigkeit des Firmenwertes wurde gemäß IFRS 3 und IAS 36 anhand eines Impairment-Tests planmäßig per 31. Dezember 2006 überprüft. Abschreibungen waren nicht erforderlich.

(15) Die in den **Finanzanlagen** im Vorjahr noch ausgewiesene Anzahlung in Höhe von T€ 2.714 auf die 24,9 %ige Beteiligung an der GERICOM AG, Linz, Österreich, wurde in 2006 zurückgezahlt, da die MEDION AG vom Kaufvertrag zurückgetreten ist und der Vertrag rückabgewickelt wurde.

Im Berichtsjahr wurde die MEDION Elektronika d.o.o., Rogaška Slatina, Slowenien, mit Anschaffungskosten von T€ 9 gegründet. Da sie ihre operative Tätigkeit bis zum Abschlussstichtag noch nicht aufgenommen hat, erfolgte keine Konsolidierung.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Konzernanlagevermögens ist dem Anlagenspiegel auf den Seiten 112–113 zu entnehmen.

(16) Die **sonstigen langfristigen Vermögensgegenstände** und **Rechnungsabgrenzungsposten** in Höhe von insgesamt T€ 5.009 betreffen mit T€ 2.341 den abgezinsten Betrag des aufgrund § 37 Abs. 5 Satz 1 KStG aktivierten Körperschaftsteuerguthabens sowie mit T€ 1.243 mittelfristige Darlehensforderungen gegenüber Mitarbeitern und Dritten.

Kurzfristige Verbindlichkeiten

(17) Die **Steuerrückstellungen** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	31.12.2006	31.12.2005
MEDION AG		
Latente Steuern	69	243
Gewerbesteuer	0	2
MEDION NL	120	78
MEDION UK		
Körperschaftsteuer	30	151
Latente Steuern	31	0
MEDION Italia	40	20
MEDION France	22	57
Übrige	11	42
	323	593

(18) Die sonstigen Rückstellungen entwickelten sich wie folgt:

Werte in T€	01.01.2006	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Währungskurs- differenzen	31.12.2006
Gewährleistungen	51.314	16.301	38	45.525	0	80.500
Ausstehende Rechnungen	65.475	40.894	913	42.651	-1	66.318
Personal	5.164	2.472	1.508	3.205	-5	4.384
Übrige Rückstellungen	2.225	1.403	489	1.204	-5	1.532
	124.178	61.070	2.948	92.585	-11	152.734

Die **Rückstellung für Gewährleistungen** wird für gegebene Garantiezusagen für zu erwartende Nachbesserungsarbeiten und Gutschriften für die im Markt befindlichen garantiebehafteten Artikel gebildet. Die Garantiezeiträume belaufen sich auf 12 bis 36 Monate. Die Rückstellung wird anhand einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit zum jeweiligen garantiebehafteten Umsatz eines Jahres ermittelt. Zusätzlich erfolgen Annahmen in Bezug auf die zukünftige Entwicklung der Servicekosten. Aufgrund der rückläufigen Umsätze bei einer weiterhin hohen Anzahl von garantiebehafteten Artikeln im Markt wurde es in 2006 erforderlich, die Schätzparameter anzupassen. Die digitale Vernetzung und die zunehmenden Funktionalitäten der Produkte führen zu einer größeren Komplexität und einer höheren Serviceintensität für die Kundenbetreuung in der Hotline und in den Servicebereichen. Diese Aspekte schlagen sich branchenweit in einem – bezogen auf den Umsatz – höheren prozentualen Kostenniveau für den After-Sales-Service nieder. Aufgrund dieser Entwicklungen wurden die Schätzparameter für die Rückstellungsbemessung erhöht, woraus Zuführungen der Rückstellungen für Gewährleistungen gegenüber den in Vorjahren angewandten Berechnungsparametern von T€ 40.000 resultieren.

Diese Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung haben einmaligen Charakter und sind in der Gewinn- und Verlustrechnung gem. IAS 1.86f als wesentliche Aufwendungen des Geschäftsjahres 2006 gesondert ausgewiesen.

Die **Rückstellungen für ausstehende Rechnungen** umfassen noch fehlende Leistungsabrechnungen, die jeweils im Geschäftsjahr 2007 zu Mittelabflüssen führen. Daneben werden noch zu leistende Urheberrechtsabgaben passiviert, die auch dem Risiko einer möglichen Urheberrechtsabgabe auf PCs und Notebooks Rechnung trägt.

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

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

(19) Bei den **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** handelt es sich im Wesentlichen um Steuernachzahlungen in Höhe von T€ 3.658, die sich aus der Betriebsprüfung für den Zeitraum 2000–2002 der MEDION AG ergeben. Weiterhin werden andere Steuerverbindlichkeiten von T€ 2.674 sowie Verbindlichkeiten aus Financial-Leasing von T€ 1.243 ausgewiesen.

Langfristige Verbindlichkeiten

(20) Unter den **Anleihen** sind zum Stichtag zwei Wandelanleihen in Höhe von insgesamt € 701.300 ausgewiesen, die an das Management und leitende Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungs-Programmes ausgegeben wurden.

Im August 2002 wurde eine Wandelanleihe im Gesamtnennbetrag von € 482.000,00 an das Management und leitende Mitarbeiter ausgegeben. Sie ist eingeteilt in auf den Inhaber lautende, untereinander gleichberechtigte Schuldverschreibungen zu je € 1,00. Die Anleihe ist mit 4 % p. a. zu verzinsen. Der letzte Wandlungszeitraum für die Anleihe ist im Spätsommer 2006 abgelaufen. Die Rückzahlung erfolgt spätestens am 26. August 2007 zum Nennbetrag. Zum Abschlussstichtag valutiert die Anleihe mit einem Betrag von € 369.500,00.

Eine weitere Wandelanleihe mit einem Gesamtnennbetrag von € 387.600,00 wurde im September 2003 an das Management und leitende Mitarbeiter ausgegeben. Die Anleihe ist mit 4 % p. a. zu verzinsen. Eine Wandelschuldverschreibung zum Nennbetrag von € 1,00 berechtigt zum Tausch gegen eine Aktie. Das Wandlungsrecht hätte erstmalig am zweiten Bankarbeitstag nach der Veröffentlichung des zweiten Quartalsberichtes für das Geschäftsjahr 2005 ausgeübt werden können. Das Wandlungsrecht erlischt mit Kündigung oder Aufhebung des Arbeitsverhältnisses, die Anleihe ist in diesem Fall vorzeitig zurückzuzahlen. Der bei Ausübung des Wandlungsrechtes von den Mitarbeitern zu zahlende Wandlungspreis orientiert sich am Kurs der MEDION-Aktie zu Beginn der Ausübungsfrist und der Wertentwicklung der MEDION-Aktie im Verhältnis zum MDAX. Im Berichtszeitraum wurden von Vorstand und Mitarbeitern keine Anleihen gewandelt. Aufgrund von Kündigungen bzw. Aufhebungen von Arbeitsverhältnissen kam es jedoch zu vorzeitigen Rückzahlungen. Zum Abschlussstichtag valutiert die Anleihe mit einem Betrag von € 331.800,00.

Konzernanhang der MEDION AG

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

Insgesamt haben Vorstand und Mitarbeiter die Möglichkeit zum Stichtag, über das Instrument der Wandelanleihe noch 311.800 MEDION-Aktien zu beziehen. Der Nominalwert beziffert sich auf € 331.800,00.

Die Anzahl verteilte sich zum 31. Dezember 2006 wie folgt:

	2002/2007	2003/2008
	Wandlungsmöglichkeiten Spätsommer 2004; 2005; 2006	Wandlungsmöglichkeiten Spätsommer 2005; 2006; 2007
Gerd Brachmann	30.000	30.000
Christian Eigen	30.000	30.000
Dr. Knut Wolf	0	30.000
Mitarbeiter	260.000	221.800
Aktien, gesamt	320.000*	311.800
Nominal €	369.500	331.800

*Letzter Wandlungszeitraum bereits abgelaufen

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

(21) Bei den **langfristigen Darlehen** handelt es sich im Wesentlichen um Bankverbindlichkeiten im Zusammenhang mit der Finanzierung einer Betriebsimmobilie. Die Verbindlichkeiten sind in voller Höhe durch Grundpfandrechte gesichert. Von diesen Darlehen haben Beträge in Höhe von insgesamt T€ 103 eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren.

(22) Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben sich die **Pensionsrückstellungen** wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2006	2005
Stand 1. Januar	1.924	1.462
Zinsaufwand	88	73
Dienstzeitaufwand	267	257
Verrechnete versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	29	132
Stand 31. Dezember	2.308	1.924

Der Berechnung des Barwertes der leistungsorientierten Verpflichtung (DBO= Defined Benefit Obligation) liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

Werte in %	2006	2005
Diskontierungssatz	4,5	4,5
Gehaltstrend	2,0	2,0
Rententrend	1,5	1,5

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

(23) Eigenkapital

Das **gezeichnete Kapital** beträgt zum Abschlussstichtag unverändert € 48.418.400,00. Es ist in 48.418.400 nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am gezeichneten Kapital von je € 1,00 eingeteilt. Die Aktien sind voll eingezahlt.

In der Hauptversammlung vom 22. Mai 2001 wurde beschlossen, das **bedingte Kapital I** von € 1.200.000,00, eingeteilt in 1.200.000 Stückaktien, auf € 2.400.000,00, eingeteilt in 2.400.000 Stückaktien, zu erhöhen. Das **bedingte Kapital I** dient ausschließlich der Gewährung von Umtauschrechten für Wandelschuldverschreibungen im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungs-Modells. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch Ausübung von Wandlungsrechten entstehen, am Gewinn teil. Aufgrund der Ausübung von Wandlungsrechten aus der in 1999 begebenen Wandelanleihe im August 2001 sowie aus der in 2001 begebenen Wandelanleihe im November 2003 verminderte sich das **bedingte Kapital I** um € 378.400,00 bzw. € 40.000,00 auf € 1.981.600,00.

Die Hauptversammlung vom 15. Mai 2002 hat Vorstand und Aufsichtsrat ermächtigt, Options- oder Wandelanleihen im Gesamtnennbetrag von bis zu € 500.000.000,00 zu begeben und den Gläubigern dabei Options- oder Wandlungsrechte von bis zu € 20.000.000,00 zu genehmigen. Dazu wurde ein entsprechendes **bedingtes Kapital II** von € 20.000.000,00 beschlossen. Da der Vorstand von der Ermächtigung, Options- und Wandelanleihen auszugeben, bis zum 31. März 2006 keinen Gebrauch gemacht hat, ist mit Ablauf dieser Frist das **bedingte Kapital II** ausgelaufen.

Die Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 hat den Vorstand ermächtigt, in der Zeit vom 13. Mai 2006 bis 12. November 2007 eigene Aktien bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben.

In der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 wurde die Ermächtigung für Vorstand und Aufsichtsrat, das Kapital um bis zu € 10.000.000,00 im Rahmen eines **genehmigten Kapitals** zu erhöhen, aufgehoben. Es wurde beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 10. Mai 2011 das Grundkapital der Gesellschaft einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt € 24.000.000,00 zu erhöhen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde von diesen Ermächtigungen kein Gebrauch gemacht.

Für die Entwicklung des Konzerneigenkapitals verweisen wir auf Seite 110 dieses Berichtes.

Die **gesetzliche Rücklage** wurde nicht dotiert, da die **Kapitalrücklage** in Höhe von T€ 141.665 bereits der Bestimmung des § 150 Absatz 2 AktG genügt. Satzungsmäßige Rücklagen sind nicht vorgesehen.

Die anderen Gewinnrücklagen/Bilanzgewinn beinhalten unter anderem die Effekte aus der Erstanwendung in 2005 von IFRS 2 in Höhe von unverändert T€ -3.341.

Daneben haben T€ 909 **Währungsumrechnungsdifferenzen** das Eigenkapital verringert (Vorjahr: T€ 801). Sie resultieren im Wesentlichen aus den Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien.

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7, wie sich Zahlungsmittel im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben. Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus laufender Geschäftstätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Der Mittelzufluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit ist nach der indirekten Methode ermittelt.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds umfasst die in der Bilanz ausgewiesenen liquiden Mittel in Form von Schecks, Kassenbestand sowie die Guthaben bei Kreditinstituten.

Die MEDION AG war im Berichtszeitraum fast ausschließlich in einem Geschäftszweig tätig, nämlich in der Erbringung und Vermittlung von Dienstleistungen, verbunden mit dem Vertrieb von Produkten aus den Bereichen PC/Multimedia, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik. Die Wertschöpfungsprozesse aller Produktgruppen sind sowohl hinsichtlich der Stufen der Leistungserstellung als auch bezüglich der Vermarktungsmethoden und -wege im Wesentlichen gleichartig strukturiert. Die Organisationsstruktur ist daher einheitlich am typischen Projektablauf orientiert. Die Risikostruktur der Projekte ist über die verschiedenen Produktarten hinweg weitestgehend identisch. Aufgrund des einheitlichen Projektablaufes zeigen sich bei den verschiedenen Projekten auch auf den internationalen Märkten weitgehend gleiche Ertragsstrukturen. Daher sind die Produktgruppen nicht als getrennte Segmente im Sinne von IAS 14 zu betrachten. Die Segmentberichterstattung beschränkt sich demzufolge gemäß IAS 14.50 bis 14.67 auf die Aufgliederung der wesentlichen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz nach geographischen Gesichtspunkten.

- Die Außenumsätze werden den Regionen zugewiesen, in denen die Umsatzerlöse realisiert werden (Standort der Kunden).
- Die Innenumsätze der Segmente werden auf Basis von Marktpreisen erzielt. Die Eliminierung der Innenumsätze erfolgt in der Spalte „Übriges Ausland/Konsolidierung“.
- Das Segmentbetriebsergebnis (EBIT) ist um konzerninterne Verrechnungen bereinigt.
- Der Segment-Cashflow ermittelt sich auf Basis der jeweiligen Segmentbetriebsergebnisse zuzüglich der Segmentabschreibungen.
- Das Segmentvermögen umfasst die Aktiva, die zur Erwirtschaftung des Betriebsergebnisses des jeweiligen Segments eingesetzt werden. Die Segmentschulden ergeben sich aus dem jeweiligen zugehörigen Fremdkapital. Konzerninterne Vermögens- und Schuldposten werden in der Spalte „Übriges Ausland/Konsolidierung“ eliminiert.
- Unter den Investitionen werden die Zugänge des laufenden Geschäftsjahres in Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Finanzanlagen ausgewiesen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Segmentberichts ist der Tabelle auf Seite 111 zu entnehmen.

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

	2006	2005
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	48.418.400	48.418.400
Konzernjahresfehlbetrag/-überschuss (T€)	-65.384	9.200
Ergebnis je Aktie (unverwässert, in €)	-1,35	0,19
Ergebnis je Aktie (verwässert, in €)	-1,35	0,19

8.3.4

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen beinhalten Mietverträge für Geschäfts- bzw. Lagerräume und Operating-Leasingverhältnisse. Letztere beinhalten PKW, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Wartungsverträge.

Die künftigen Zahlungsströme stellen sich wie folgt dar:

Werte in T€	2006	2005	2006	2005	2006	2005
	≤ 1 Jahr		1 Jahr < x ≤ 5 Jahre		> 5 Jahre	
Geschäfts- und Lagerräume	1.346	1.704	1.682	2.665	370	522
Operating-Leasingverhältnisse	882	533	1.149	362	0	0
	2.228	2.237	2.831	3.027	370	522

Die zum Abschlussstichtag abgeschlossenen **Devisentermingeschäfte** hatten ein Nominalvolumen von rd. US\$ 368,0 Mio. Aus der Kursentwicklung resultierte zum Abschlussstichtag ein negativer Marktwert von T€ -315, der in den sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesen wird. Für die Marktwerte der Devisentermingeschäfte, die zur Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen, wurde erfolgsneutral sowohl eine Bewertungsrücklage von T€ -67 im Eigenkapital als auch eine aktive Steuerlatenz von T€ 44 gebildet. Der erfolgsneutralen Bewertungsrücklage stehen entsprechende, zum Stichtag noch nicht bilanzwirksam gewordene Währungsverluste aus den zugehörigen schwebenden Einkaufskontrakten gegenüber. Die übrigen Marktwertänderungen der Devisentermingeschäfte von T€ 204 wurden aufwandswirksam verrechnet.

	Nominalwert		Marktwert	
	TUS\$	T€	TUS\$	T€
	31.12.2006		31.12.2005	
Währungsbezogene Geschäfte				
Devisentermingeschäfte in US\$	368.000	-315	158.000	948
Zinsbezogene Geschäfte				
US\$-Swaps	0	0	134.020	277
	368.000	-315	292.020	1.225
Davon erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet (brutto)				
Abzüglich latenter Steuern		-111		429
		44		-172
Cashflow-Hedges		-67		257
Davon erfolgswirksam verrechnet		-204		796

Der Marktwert zum Abschlussstichtag wird aus dem Devisenmittelkurs vom Abschlussstichtag abgeleitet.

Daneben schließt die Gesellschaft auch Stop-Loss-Orders zur Wechselkurssicherung ab. Dabei werden Kreditinstitute beauftragt, entsprechende US-Dollar-Volumina für MEDION anzukaufen, wenn der Kurs des Euro gegenüber dem US-Dollar unter den Kalkulationskurs bei Vertragsabschluss des Einkaufskontraktes zu sinken droht. Die umgekehrte Form (Take-Profit-Orders) wird ebenfalls von Fall zu Fall angewendet.

Es werden aus der Verwendung von derivativen Finanzinstrumenten keine nachteiligen Einflüsse auf die Finanzlage des Konzerns erwartet. Die Gesellschaft setzt keine Finanzinstrumente zu Handels- oder Spekulationszwecken ein.

8.3.6

Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Bis zum 22. Februar 2007 (Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung durch den Vorstand) ergaben sich keine nennenswerten Ereignisse.

Name und Sitz	Stammkapital zum 31.12.2006	Prozentsatz der Beteiligung	Jahres- ergebnis in T€
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen	€ 25.000,00	100,00 %	495
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr	€ 25.000,00	100,00 %	260
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000,00	100,00 %	12
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien	£ 200.000,00	100,00 %	-64
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark	DKK 500.000,00	100,00 %	23
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich	€ 50.000,00	100,00 %	135
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande	€ 650.000,00	100,00 %	620
8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien	€ 30.000,00	100,00 %	19
9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien	€ 5.000,00	100,00 %	16
10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz	CHF 100.000,00	100,00 %	13
11. MEDION USA, Inc., Delaware, USA	US\$ 10.100.000,00	100,00 %	103
12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien	AU\$ 10.000,00	100,00 %	35
13. MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000,00	100,00 %	nicht operativ
14. LIFETEC International Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000,00	100,00 %	nicht operativ
15. MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China	HK\$ 1.000.000,00	100,00 %	nicht operativ
16. MEDION Elektronika d.o.o., Rogaška Slatina, Slowenien	SIT 2.100.000,00	100,00 %	nicht operativ

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

Im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit bestehen auch Liefer- und Leistungsbeziehungen zu nahe stehenden Unternehmen. Es bestehen vertragliche Vereinbarungen. Das Entgelt wird zu Marktpreisen abgerechnet.

Im Berichtsjahr sind folgende Geschäftsbeziehungen gemäß IAS 24 darzustellen:

Werte in T€	Umsätze (netto)	Forderung/Verbind-
	2006	lichkeit (-) (brutto) 31.12.2006
MEDION Unterhaltungsmedien GmbH & Co. KG, Essen		
Warenlieferungen	7.565	
Dienstleistungen	-406	7.044
Lifetec Electronics GmbH, Essen		
Warenlieferungen	10.047	
Provisionsvertrag	31	11.103
MEDION Brachmann oHG, Essen		
Lizenzvertrag	6	9
	17.243	18.156

Im Berichtszeitraum gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, Essen (Vorsitzender des Vorstandes),

Diplom-Ökonom Christian Eigen, Essen (stellv. Vorsitzender des Vorstandes),
Neosino Nanotechnologies AG, Griesheim – Mitglied des Aufsichtsrates –

Dr. Knut Wolf, Mülheim an der Ruhr.

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder, die im Berichtsjahr erfolgswirksam erfasst wurden, beliefen sich im Berichtsjahr auf insgesamt T€ 784 (Vorjahr: T€ 782). Die Angaben über die Grundzüge des Vergütungssystems sowie die Darstellung der individualisierten Angaben der Vorstandsbezüge gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6a Satz 5–8 HGB sind im Vergütungsbericht auf den Seiten 75 - 78 – der Bestandteil des Lageberichts und zusammengefassten Konzernlageberichts ist – dargestellt, auf den verwiesen wird.

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2006 26.579.018 Aktien (Gerd Brachmann 26.565.018 Stück, Christian Eigen 14.000 Stück, Dr. Knut Wolf 0 Stück). Gegenüber dem 31. Dezember 2005 haben sich keine Veränderungen ergeben.

Eine Übersicht über die Möglichkeiten der Vorstandsmitglieder, über das Instrument der Wandelanleihe Aktien zu beziehen, gibt die Darstellung zu Punkt (20) auf den Seiten 137–138 dieses Berichtes.

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

Im Berichtsjahr waren folgende Herren Mitglieder des Aufsichtsrates der Gesellschaft:

Dr. Rudolf Stützle, Essen (Vorsitzender)

Managing Director der Deutsche Bank AG, Global Banking, Frankfurt am Main

Carl Spaeter GmbH, Duisburg – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates –

DB Consult Gesellschaft mbH, Frankfurt am Main – Mitglied des Beirates –

Dr. Hans-Georg Vater, Ratingen (stellv. Vorsitzender) – ab 12. Mai 2006

Mitglied des Vorstandes der HOCHTIEF AG, Essen (bis 31. März 2006)

HOCHTIEF Construction AG, Essen – Mitglied des Aufsichtsrates (bis 13. Dezember 2006)

SAB Spar- und Anlageberatung AG, Bad Homburg – Mitglied des Aufsichtsrates –

Athens International Airport S.A., Spata, Griechenland – Mitglied des Board of Directors –

Illbruck GmbH, Leverkusen – Mitglied des Aufsichtsrates –

HAPIMAG AG, Baar, Schweiz – Mitglied des Verwaltungsrates (ab 4. Mai 2006)

ENRO Geothermie AG, Essen – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates (ab 31. August 2006)

Helmut Julius, Bottrop-Kirchhellen – ab 12. Mai 2006

Mitglied des Vorstandes der MAN Ferrostaal AG, Essen (bis 31. Dezember 2006)

Dr. Klaus Eckert, Düsseldorf (stellv. Vorsitzender) – bis 12. Mai 2006

Ehem. Vorsitzender der Geschäftsführung der Carl Spaeter GmbH, Duisburg

Carl Spaeter GmbH, Duisburg – Vorsitzender des Aufsichtsrates –

Rudolf Flender GmbH & Co. KG, Siegen – Mitglied des Beirates –

Kim Schindelhauer, Aachen – bis 12. Mai 2006

Ehem. Mitglied des Vorstandes der AIXTRON AG, Aachen

AIXTRON AG, Aachen – Vorsitzender des Aufsichtsrates –

Deutsches Aktieninstitut e.V., Frankfurt am Main – Mitglied des Vorstandes –

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten für ihre Tätigkeit im Berichtszeitraum eine fixe Vergütung in Höhe von T€ 135 (Vorjahr: T€ 30) sowie einen variablen Anteil in Höhe von T€ 0 (Vorjahr: T€ 10).

Im Berichtsjahr wurden Aufwandsentschädigungen in Höhe von T€ 0 gezahlt (Vorjahr: T€ 0,3).

Die Angaben über die Grundzüge des Vergütungssystems sowie die Darstellung der individualisierten Angaben der Aufsichtsratsbezüge gemäß § 314 Absatz 1 Nr. 6a Satz 5–8 HGB sind im Vergütungsbericht auf den Seiten 75 - 78 – der Bestandteil des Lageberichts und zusammengefassten Konzernlageberichts ist – dargestellt, auf den verwiesen wird.

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2006 1.160 Aktien (Vorjahr: 160). Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Dr. Rudolf Stützle 160 Stück (Vorjahr: 160 Stück), Dr. Hans-Georg Vater 1.000 Stück (neu im Aufsichtsrat seit 12. Mai 2006), Helmut Julius 0 Stück (neu im Aufsichtsrat seit 12. Mai 2006). Die am 12. Mai 2006 ausgeschiedenen Aufsichtsräte, Herr Dr. Klaus Eckert und Herr Kim Schindelhauer, besaßen im Vorjahresvergleichszeitraum keine Aktien.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) stellt die wesentlichen Empfehlungen zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften dar und enthält Standards verantwortungsvoller Unternehmensführung in der Fassung vom 12. Juni 2006. Am 5. Dezember 2006 haben Vorstand und Aufsichtsrat die aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

Essen, im Februar 2007

MEDION AG

Gerd Brachmann

Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen

Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

Dr. Knut Wolf

Mitglied des Vorstandes



Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer

„Wir haben den von der MEDION AG, Essen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2006 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und zusammengefasstem Konzernlagebericht und Lagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Konzernlageberichtes und Lageberichtes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315 a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der zusammengefasste Konzernlagebericht und Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Essen, 22. Februar 2007

MÄRKISCHE REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Karl-Heinz Berten
Wirtschaftsprüfer

Hans-Henning Schäfer
Wirtschaftsprüfer





Die Fülle der Entspannung ...

Wo auch immer Sie sind. Was auch immer Sie gerade noch getan haben. Wenn der Moment der Entspannung kommt, sollen Sie das hören und sehen können, was Sie wollen. Deshalb nennen wir den MEDION-MP3-Player auch gerne „Home-Entertainment“ zum Mitnehmen.

Denn ganz gleich, ob Video, Audio oder Fotos – hier steckt alles drin, wofür Sie früher ein Wohnzimmerregal benötigt haben. Das interne 2-GB-Memory garantiert, dass Ihnen sicher nicht langweilig wird. Und alle, die es haben, können ...

... mit allen Sinnen ganz entspannt genießen.



Einzelabschluss der MEDION AG

10.1	Gewinn- und Verlustrechnung	_____	157
10.2	Bilanz	_____	158

Werte in T€	2006	2005
1. Umsatzerlöse	1.603.967	2.518.302
2. Sonstige betriebliche Erträge	6.839	10.705
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	1.437.864	2.296.867
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	7.947	2.836
	1.445.811	2.299.703
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	19.100	18.939
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	3.102	3.404
	22.202	22.343
5. Abschreibungen		
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	7.618	7.877
b) auf Gegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die üblichen Abschreibungen überschreiten	60.015	0
	67.633	7.877
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	171.332	176.962
7. Erträge aus Beteiligungen	0	6.089
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.439	2.246
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	6.405
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	5.442	6.343
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-98.175	17.709
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (+/- Ertrag/Aufwand)	2.500	-7.968
13. Sonstige Steuern	-349	-25
14. Jahresfehlbetrag/-überschuss	-96.024	9.716
15. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	516	0
16. Entnahme aus Gewinnrücklagen	95.508	0
17. Bilanzgewinn	0	9.716

Aktiva

Werte in T€

31.12.2006

31.12.2005

A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

1. Gewerbliche Schutzrechte, EDV-Software

7.130

9.178

2. Geleistete Anzahlungen

0

73

7.130

9.251

II. Sachanlagen

1. Grundstücke und Bauten

28.025

21.701

2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

6.460

6.812

3. Geleistete Anzahlungen

366

6.859

34.851

35.372

III. Finanzanlagen

1. Anteile an verbundenen Unternehmen

3.638

3.629

2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen

289

420

3. Sonstige Ausleihungen

99

261

4. Geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen

0

2.714

4.026

7.024

46.007

51.647

B. Umlaufvermögen

I. Vorräte

Waren

159.497

244.834

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

124.896

347.347

2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen

3.466

10.948

3. Sonstige Vermögensgegenstände

47.691

44.533

176.053

402.828

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

268.811

121.667

604.361

769.329

C. Rechnungsabgrenzungsposten

2.614

2.457

D. Latente Steuern

526

2.872

653.508

826.305

Passiva

Werte in T€

31.12.2006

31.12.2005

A. Eigenkapital

I. Gezeichnetes Kapital	48.418	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418		
- Bedingtes Kapital: T€ 21.982		
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000		
II. Kapitalrücklage	138.324	138.324
III. Gewinnrücklagen	149.843	245.351
IV. Bilanzgewinn	0	9.716

336.585

441.809

B. Rückstellungen

1. Pensionsrückstellungen	1.268	1.067
2. Steuerrückstellungen	69	73
3. Sonstige Rückstellungen	147.984	120.531

149.321

121.671

C. Verbindlichkeiten

1. Anleihen	701	947
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	826	598
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	152.178	234.911
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	5.795	8.442
5. Sonstige Verbindlichkeiten	7.732	17.631

167.232

262.529

D. Rechnungsabgrenzungsposten

370

296

653.508

826.305



Termine

11. Mai 2007	Zwischenbericht zum 31.03.2007
11. Mai 2007	Hauptversammlung
9. August 2007	Zwischenbericht zum 30.06.2007
13. November 2007	Zwischenbericht zum 30.09.2007
März 2008	Geschäftsbericht 2007
März 2008	Analystenkonferenz
14. Mai 2008	Zwischenbericht zum 31.03.2008
14. Mai 2008	Hauptversammlung

Impressum

Die in diesem Dokument wiedergegebenen Bezeichnungen können Marken sein, deren Benutzung durch Dritte für deren Zwecke die Rechte der Inhaber verletzen kann.

MEDION AG
Investor Relations
Am Zehnthof 77
45307 Essen

Tel +49(0)201-83 83 6500
Fax +49(0)201-83 83 6510
E-Mail aktie@medion.com
Internet www.medion.de / www.medion.com

Fotonachweis: Das Copyright der Abbildungen liegt bei MEDION AG
Gestaltung / Satz: mueller.design, Büro für Gestaltung 44793 Bochum
Druck: Druckpartner 45307 Essen

© 2007 MEDION AG Essen



Kontakt

MEDION AG INVESTOR RELATIONS

AM ZEHNTHOF 77 D-45307 ESSEN

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

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