



MEDION®

Geschäftsbericht 2007

MEDION AG

MEDION AG Konzern in Zahlen

	01.01. - 31.12.2007	01.01. - 31.12.2006	01.01. - 31.12.2005	01.01. - 31.12.2004	01.01. - 31.12.2003
Werte in Mio.€					
Umsatz	1.659	1.605	2.527	2.624	2.924
-Inland	1.118	1.076	1.699	1.549	1.916
-Ausland	541	529	828	1.075	1.008
Umsatzaufteilung					
-PC/Multimedia	1.136	1.115	1.799	1.919	2.091
-Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	523	490	728	705	833
EBIT	29	-93,6	22,0	88,2	175,8
davon: Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0	100,0	20,5	0	0
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	20	-65,4	9,2	48,8	103,1
Bilanzsumme	811	843	829	867	982
Eigenkapitalquote	44,38 %	43,43 %	53,25 %	52,60 %	44,71 %
Mitarbeiter	1.138	1.298	1.551	1.426	1.092
Personalaufwand	47	51,8	59,9	62,7	46,2
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 €)	0,42	-1,35	0,19	1,01	2,13
Free Cashflow je Aktie (in €)	1,32	0,15	1,49	0,94	1,20
(Durchschnittliche Aktienanzahl)	47.973.063	48.418.400	48.418.400	48.418.400	48.381.733
Dividende je Aktie (in €)	0,15	0,00	0,19	0,55	0,70

Geschäftsbericht 2007

MEDION AG

Inhalt

1	Vorwort des Vorstandes	_____	6
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	10
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	14
4	Design und Marketing	_____	22
5	Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG	_____	48
6	MEDION-Aktie	_____	96
7	Konzernabschluss der MEDION AG	_____	102
8	Konzernanhang	_____	114
9	Bestätigungsvermerk der Abschlussprüfer	_____	162
10	Einzelabschluss der MEDION AG	_____	164
11	Finanzkalender	_____	168

Impressum



1	Vorwort des Vorstandes	_____	6
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	10
3	Corporate-Governance-Bericht		
3.1	Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat	_____	14
3.2	Entsprechenserklärung	_____	14
3.3	Vorstand und Aufsichtsrat	_____	15
3.4	Internet-Informationen und -Services für die Aktionäre/Hauptversammlung	_____	18
3.5	Compliance	_____	19
3.6	Rechnungslegung und Abschlussprüfung	_____	21

MEDION



Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Geschäftsjahr 2007 ist für uns sehr zufriedenstellend verlaufen und hat die gesteckten Erwartungen erfüllt bzw. beim Umsatz und Ergebnis die ursprünglich genannten Jahresziele sogar deutlich übertroffen.

Im für uns wichtigsten Markt Deutschland haben sich in 2007 die Einzelhandelsumsätze im Bereich Non-Food gegenüber 2006 um 1,7 % ermäßigt. Der MEDION-Konzern konnte seine Umsatzerlöse hingegen um 3,4 % auf € 1,659 Mrd. steigern. Viel erfreulicher ist jedoch, dass die in 2006 das Ergebnis noch belastende Neuausrichtung des Konzerns in 2007 den erwünschten Erfolg gezeigt hat.

So konnte das operative Ergebnis im MEDION-Konzern von € 6 Mio. in 2006 (vor außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von € 100 Mio.) auf € 28,5 Mio. in 2007 gesteigert werden. Aufgrund des positiven Zinsergebnisses stieg das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (Ergebnis vor Steuern) auf € 30 Mio. Damit bleibt für 2007 ein Jahresüberschuss von € 20,3 Mio., den wir für einen Dividendenvorschlag in Höhe von 15 Cent je Aktie verwenden wollen.

Diese für uns, das Unternehmen und seine Mitarbeiter, sowie für Sie – als unsere Aktionäre – erfreuliche Entwicklung wurde erreicht durch eine Fokussierung des MEDION-Konzerns auf seine Stärken sowie eine Neuausrichtung der Marketingaktivitäten auf die Kernbotschaften der Marke MEDION: „**Kompetenz in Technologie und Design**“.

Im März 2007 hatten wir Ihnen einen Umsatz in der Größenordnung von € 1,3–1,5 Mrd. avisiert und ein positives Ergebnis (EBIT) zwischen 0,5 und 1,5 % vom Umsatz für den Betrachtungszeitraum 2007 und 2008.

Heute können wir feststellen, dass wir diese Ziele bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr 2007 deutlich übertroffen haben.

Parallel haben wir in 2007 die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zur Expansion in Dienstleistungen und Systemgeschäfte im digitalen Zuhause vorangetrieben:

erster Schritt:

Nach der internen Neuausrichtung durch Optimierung der Kernsortimente PC/Notebook und mobile Navigationssysteme sowie einer nachhaltigen Strukturbereinigung und Kostensenkung folgte in einem

zweiten 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

dritten Schritt:

der Ausbau der zukünftigen Wachstumsbereiche im Bereich Dienstleistungen und schließlich in einem

vierten Schritt:

die weitere Stärkung der Marke MEDION als Markenzeichen für Produkte und Dienstleistungen von hoher Qualität mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis und ausgezeichnetem Design.

Zum ersten Mal in der Unternehmensgeschichte sind wir dabei auch mit Rundfunk- und Fernsehwerbung aktiv geworden und haben die Verbraucher auf neue Produkte bei mobilen Navigationsgeräten und die MEDION-Designlinie hingewiesen. Der Slogan „HIGHTECH IN SCHÖN“ hat sich mit hohem Wiedererkennungswert durchgesetzt und steht für eine gesamte Produktlinie von Desktop-PCs, Notebooks, Fernsehern, mobilen Navigationsgeräten, DVD-Recordern und Digitalkameras.

Wir freuen uns nicht nur über die gute Resonanz der Konsumenten durch eine erhöhte Nachfrage nach diesen designorientierten Produkten, sondern auch über die zahlreichen Auszeichnungen, die wir in 2007 für die neue MEDION-Designlinie bereits erhalten haben (Good Design Award, IF Design Award Winner, Red Dot Design Award, Plus X Design Award).

Wir haben in 2007 in allen für uns wesentlichen Produktkategorien wieder sehr gute Testergebnisse erzielt und dabei ebenfalls im Ausland, insbesondere auch auf unseren Hauptabsatzmärkten, die besondere Kompetenz von MEDION im digitalisierten PC- und Consumer-Electronics-Markt bewiesen.

Exemplarisch seien hier der in Großbritannien erreichte PC Pro 2007 Award, der uns nicht nur in fünf von sechs Leistungskategorien als bestes Unternehmen unter fünf namhaften IT-Herstellern ausweist, sondern auch mit 87,6 % die höchste Quote von Käufern bescheinigt, die wieder ein MEDION-Produkt kaufen wollen. Genauso wichtig war für uns jedoch auch die Auszeichnung als Testsieger im Kundenservice per Telefon und E-Mail im Bereich Hardware in Deutschland.

Und nicht zuletzt haben wir in 2007 den Ausbau des Dienstleistungsgeschäftes, hier insbesondere MEDIONmobile und MEDION-Fotoservice, die angestrebte strategische Neuausrichtung erfolgreich umgesetzt. Auch der Digital-Content-Bereich (MEDION-Welten) hat sich in 2007 mit dem neu gestarteten Software-Download-Portal und dem Ausbau der weiteren Download-Bereiche, z. B. MEDIONmusic, positiv entwickelt.

Unsere Erwartungen an das Jahr 2008 basieren trotz des nach wie vor sehr schwer zu prognostizierenden Konsumumfelds in Deutschland und auf unseren wichtigsten Märkten vor allen Dingen auf der Erkenntnis, dass der neu ausgerichtete MEDION-Konzern mit seiner strategischen Ausrichtung der schnellen Umsetzungskapazität hochvolumiger Projekte als Dienstleister gefragter Partner der Industrie und des Handels ist.

MEDION realisiert gemeinsam mit Partnern die Wertschöpfungskette durch das Zusammenbringen von neuesten technologischen Entwicklungen, einem ausgezeichneten Produktdesign, einem hochprofessionellen Qualitätsmanagement und einem ausgereiften After-Sales-Service-Konzept. Der Konsument erhält damit neueste technologische Innovationen in einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis von MEDION.

Die weitere Stärkung der Marke MEDION als Markenzeichen für Produkte und Dienstleistungen von hoher Qualität mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis und einem designorientierten Verständnis wird auch in 2008 entscheidend dazu beitragen, das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand davon aus, dass die Umsätze in 2008 trotz anhaltendem Preisverfall in einer Größenordnung von 3–5 % zunehmen werden. Diese Einschätzung wird unterlegt durch die aktuelle Entwicklung im 1. Quartal 2008, in dem die Umsätze nach derzeitigen Erkenntnissen bereits über dem Vorjahresniveau liegen werden. Jedoch wird auch weiterhin das 4. Quartal des Jahres wie in der Vergangenheit das umsatzstärkste sein.

Die zur Bereinigung des Produktportfolios und zur Kostensenkung getroffenen Maßnahmen wirken sich bei der Profitabilität im MEDION-Konzern auch in 2008 positiv aus. Daher gehen wir davon aus, dass die EBIT-Marge auf ein Niveau von 2–2,5 % gesteigert werden kann.

Der Vorstand der MEDION AG dankt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Konzern für ihre Mitarbeit bei der Umsetzung der Neuausrichtung und wird mit ihnen gemeinsam weiterhin daran arbeiten, die Profitabilität auf eine sichere Basis zu stellen und zukunfts-trächtige, innovative, designorientierte Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg als Konsument, Partner und Aktionär der Gesellschaft weiter begleiten.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen



Dr. Knut Wolf

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2007 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. In alle Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, wurde der Aufsichtsrat unmittelbar und frühzeitig 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 dem Aufsichtsrat 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.

Im Geschäftsjahr 2007 fanden fünf turnusmäßige 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 Märkte 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.

Schwerpunkte der intensiven Beratungen waren neben der regelmäßigen Erörterung der geschäftlichen Entwicklung im Vergleich zu den Planungen in der Sitzung am 16. Januar 2007 die Verabschiedung einer detaillierten Planung für das laufende Geschäftsjahr. Darüber hinaus haben wir uns ausführlich mit den Investitionsvorhaben insbesondere im IT-Bereich befasst.

Die Sitzung am 8. März 2007 diente in erster Linie der Behandlung des Jahres- und des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2006 sowie der Vorbereitung der Hauptversammlung am 11. Mai 2007.

Die Sitzung am 11. Mai 2007 haben wir genutzt, um die aktuelle Geschäftslage mit den Planungsansätzen abzugleichen. Weitere Schwerpunkte der Sitzung am 10. September 2007 waren neben den Ausführungen des Vorstandes zur Entwicklung der Geschäftslage die Verlagerung von After-Sales-Aktivitäten und die Einführung des Instruments der Balanced Scorecard zur Optimierung der Controllingabläufe.

Auf der Sitzung am 3. Dezember 2007 wurden vorläufige Erkenntnisse zu der Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres und Vorstellungen des Vorstandes zur Fortentwicklung des Geschäftsmodells erörtert.

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

Gegenstand regelmäßiger Beratungen im abgelaufenen Geschäftsjahr war der Deutsche Corporate Governance Kodex, insbesondere mit den Änderungen vom 14. Juni 2007. Vorstand und Aufsichtsrat haben in der Sitzung am 3. Dezember 2007 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 3. Dezember 2007 anhand der Auswertung eines jedem Mitglied des Aufsichtsrates vorab zugeleiteten detaillierten Fragebogens. Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

- Verfahrensabläufe und Aufgabenverteilung 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.

Der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2007 bis 31. Dezember 2007 und der Lagebericht (gemäß § 315 Abs. 3 HGB zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht) der MEDION AG wurden von der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, geprüft. Den Prüfauftrag hat der Aufsichtsrat entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 vergeben. Der Abschlussprüfer erteilte einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Der Konzernabschluss der MEDION AG wurde gemäß § 315 a HGB auf der Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt. Der Abschlussprüfer versah auch diesen Konzernabschluss und den Konzernlagebericht mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Das Auftragsverhältnis zwischen der MEDION AG und der Prüfungsgesellschaft hat die Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes erfüllt. Dem Aufsichtsrat liegt eine Unabhängigkeitserklärung der Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, vor. Darin wurde bestätigt, dass keinerlei berufliche, finanzielle oder sonstige Beziehungen zur MEDION AG und zu ihren Organen bestehen, die Zweifel an der Unabhängigkeit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft begründen könnten.

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 Risikofrühwarnsystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden können, frühzeitig zu erkennen.

Auch der Aufsichtsrat konnte sich davon überzeugen, dass der Vorstand angemessene Maßnahmen zur Risikofrüherkennung ergriffen und insbesondere ein Überwachungssystem installiert hat.

Die Jahresabschlussunterlagen und Prüfungsberichte gingen allen Aufsichtsratsmitgliedern zu. Sie waren in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrates am 3. März 2008 Gegenstand ausführlicher Beratung. Der Abschlussprüfer, der bereits im Vorfeld Fragen des Aufsichtsrates beantwortet hatte, nahm an der Sitzung teil, berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfungen und stand dem Aufsichtsrat für ergänzende Auskünfte zur Verfügung.

Ferner hat auch der Aufsichtsrat den Jahresabschluss der MEDION AG, den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht geprüft. Die Berichte des Abschlussprüfers hat der Aufsichtsrat zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner Prüfung sind vom Aufsichtsrat keine Einwendungen zu erheben. Den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss der MEDION AG sowie den Konzernabschluss hat der Aufsichtsrat am 3. März 2008 gebilligt. Der Jahresabschluss der MEDION AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstandes, den Bilanzgewinn von € 22.254.019,00 zur Zahlung einer Dividende von € 0,15 je dividendenberechtigter Stückaktie zu verwenden und den verbleibenden Betrag in Höhe von € 15.241.841,65 in die Gewinnrücklagen einzustellen, stimmen wir zu.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der MEDION AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2007 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.

Im Berichtszeitraum ergaben sich keine Veränderungen im Aufsichtsrat und im Vorstand der MEDION AG.

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

Essen, im März 2008

Der Aufsichtsrat



Dr. Rudolf Stütze
Vorsitzender

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

Corporate Governance ist für MEDION ein zentraler Anspruch, der sämtliche Bereiche des Unternehmens umfasst. Die Weiterentwicklung von Corporate Governance und Compliance bei MEDION dient dem Vertrauen, das Aktionäre, Geschäftspartner, die Mitarbeiter und die Öffentlichkeit in eine gute Unternehmensführung setzen. Wir haben daher alle notwendigen organisatorischen Maßnahmen getroffen, um nicht nur den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen, sondern darüber hinaus auch eine verantwortungsvolle, transparente und der nachhaltigen Wertentwicklung verpflichtete Unternehmensführung zu gewährleisten.

3.2 Entsprechenserklärung

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG erklären gemäß § 161 AktG, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers vom 24. Juli 2006 bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 12. Juni 2006 mit der Abweichung zu den Kodex-Ziffern 5.3.1/5.3.2 entsprechend der Erklärung vom 5. Dezember 2006 im abgelaufenen Berichtszeitraum entsprochen wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG erklären ferner, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 14. Juni 2007, veröffentlicht im Bundesanzeiger vom 20. Juli 2007, mit nachstehend erwähnter Abweichung zukünftig entsprochen wird:

Kodex-Ziffer 5.3.1/5.3.2/5.3.3

Der aus drei Mitgliedern bestehende Aufsichtsrat der MEDION AG bildet keine Ausschüsse.

Am 3. Dezember 2007 haben Vorstand und Aufsichtsrat die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben, nach der MEDION die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodexes in der Fassung vom 14. Juni 2007 erfüllt mit der Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können.

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 im Hinblick auf die Kontinuität der Aufsichtsratsarbeit für sinnvoll, an einer einheitlichen Mandatsperiode festzuhalten.

3.3 Vorstand und Aufsichtsrat

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

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

MEDION hat eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (so genannte D&O-Versicherung) mit einem angemessenen Selbstbehalt für Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der MEDION AG abgeschlossen.

Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf.

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.

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, die vom Aufsichtsrat gebilligt worden ist. In dem Geschäftsverteilungsplan sind die individuellen Aufgaben- und Verantwortungsbereiche des Vorstandes festgelegt. 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 hatte der Vorstand die Möglichkeit, im 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. Im Geschäftsjahr 2007 haben weder Vorstand noch Mitarbeiter Aktien bezogen. Zum 25. August 2007 ist die letzte Wandlungsmöglichkeit ausgelaufen. Die in 2002 begebene Wandelanleihe ist mit Beendigung der Laufzeit zum 26. August 2007 an alle Teilnehmer zum Nennbetrag zurückgezahlt worden.

Zum Teil erhalten 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 74–78 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. 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 74–78 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 3. Dezember 2007 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.

3.4 Internet-Informationen und -Services für die Aktionäre/Hauptversammlung

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 11. Mai 2007 bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Auch zur kommenden Hauptversammlung am 14. Mai 2008 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) haben wir das Anmelde- und Legitimationsverfahren zur Hauptversammlung auf den international üblichen so genannten Record Date umgestellt und dadurch vereinfacht. Künftig 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. Auch die Anforderungen des Transparenzumsatzgesetzes (TUG) bei der Einladung zur Hauptversammlung wurden für 2007 durch Angaben zur Vollmachtserteilung bereits umgesetzt.

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.

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 3, 5, 10, 15, 20, 25, 30, 50 oder 75 % der Stimmrechte an der MEDION AG erreicht, über- oder unterschreitet, veröffentlicht der Vorstand eine entsprechende Meldung. Seit dem 20. Januar 2007 wurden die durch das Gesetz zur Umsetzung der Transparenz-Richtlinie der Europäischen Union normierten neuen Schwellenwerte berücksichtigt. Der MEDION AG ist im Berichtszeitraum (13. März 2007) eine Meldung von Orbis UK über die Erhöhung des Anteilsbesitzes auf 15,48 % an der Gesellschaft zugegangen.

Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Informationen über Wandelanleihen, die im Rahmen des Mitarbeiterbeteiligungsprogramms gezeichnet wurden, werden im Anhang zum Konzernabschluss veröffentlicht.

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.

Ein Bestandteil des Risikomanagements im Konzern betrifft den Bereich der Compliance-Maßnahmen. Der Begriff Compliance bezeichnet die Gesamtheit aller zumutbaren Maßnahmen, die das regelkonforme Verhalten eines Unternehmens, seiner Organmitglieder und Mitarbeiter im Hinblick auf gesetzliche Ge- und Verbote begründen.

Compliance soll das Unternehmen präventiv vor Fehlverhalten bewahren, das auf Unwissenheit oder Fahrlässigkeit beruht und zu Imageschäden sowie dem Verfehlen von Unternehmenszielen infolge unsachgemäßen Geschäftsgebarens führen kann. Compliance-Systeme sind Organisationsmaßnahmen, die das rechtmäßige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Handeln eines Unternehmens sowie seiner Organe und Mitarbeiter gewähren sollen. Dabei haben wir dafür Sorge getroffen, dass das Insiderrecht, die Gesetze zur Korruptionsbekämpfung und die kartellrechtlichen Vorschriften durch die Unternehmen des Konzerns und ihre Mitarbeiter beachtet werden.

Der bei MEDION eingerichtete Compliance-Ausschuss besteht aus dem Finanzvorstand sowie den Abteilungsleitern Personal und Investor Relations.

Im zweiten Halbjahr 2007 wurden alle betroffenen Führungskräfte in drei Informationsveranstaltungen über Compliance, die aktuellen Vorschriften und die praktische Umsetzung im MEDION-Konzern informiert. Des Weiteren wurden die Informationsweitergabe und die Notwendigkeit von Chinese-Wall-Bereichen im MEDION-Konzern mit den Führungskräften diskutiert, um den gesetzeskonformen Umgang mit möglichen Insiderinformationen zu gewährleisten. Personen mit Zugang zu Insiderinformationen werden in ein Insiderverzeichnis aufgenommen.

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.

Außerdem hat der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat zu informieren bzw. im Prüfungsbericht zu vermerken, wenn er im Zuge der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die mit der vom Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung nicht vereinbar sind.

Für den Aufsichtsrat der MEDION AG



Dr. Rudolf Stützle (Vorsitzender)

Für den Vorstand der MEDION AG



Gerd Brachmann (Vorsitzender)

OK/⏻

22 |

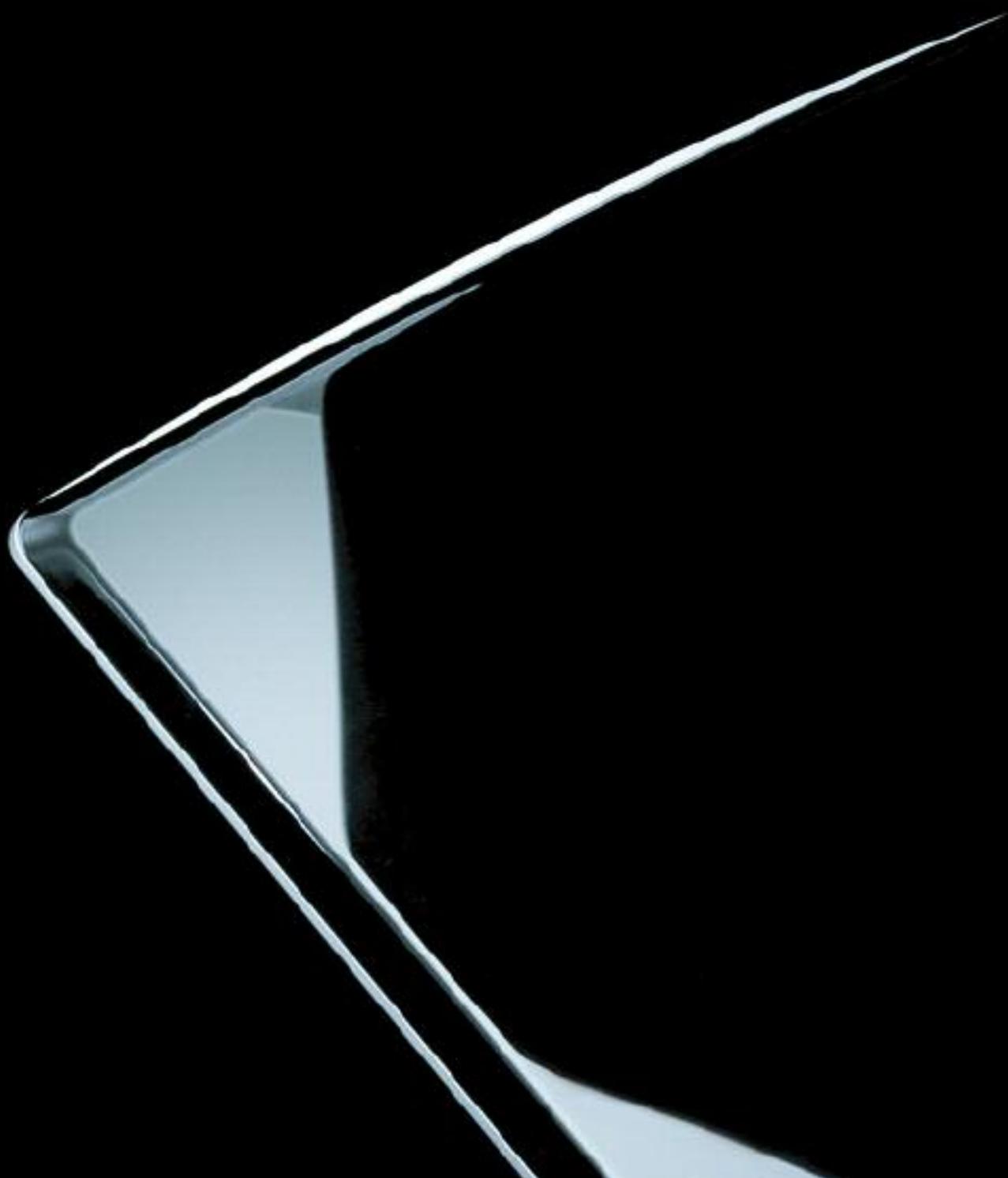


4 Design und Marketing

4.1	Design	_____	24
4.2	Marketing	_____	38

Design als Erfolgsfaktor – auf dem Weg zur designgeprägten Marke

Das enorme Entwicklungspotenzial von MEDION im Bereich Design beweist die Top-Ten-Platzierung im Ranking Design 2006 in Deutschland. Das Jahr 2007 markiert weitere erfolgreiche Meilensteine auf dem Weg zur designgeprägten Marke.



Design als Erfolgsfaktor

Mit mehr als 20 internationalen Auszeichnungen, darunter Red Dot, IF und Good Design sowie zahlreiche PlusX-Awards und Nominierungen für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland festigt MEDION seine Position als Global Design-Player. Diese Auszeichnungen sind nicht zufällig, sondern addieren sich zu insgesamt mehr als 70 in den letzten fünf Jahren. Sie bilden das Resultat einer 2006 begonnenen Designstrategie, deren erklärtes Ziel die Wiedererkennbarkeit der Marke MEDION in ihrer gesamten Produktbandbreite ist. Die daraus entstandene Designklammer macht sicht- und erlebbar, wofür MEDION schon seit langer Zeit bekannt ist: die Demokratisierung technischer Innovationen. Jetzt in einer formvollendeten Familie.

Design für die Zukunft

Studios in Shanghai, Taipeh und in den USA, ergänzt durch leistungsstarke externe Designdienstleister ermöglichen neben schnellen Entwicklungsprozessen auch die Beobachtung und Bewertung neuer Trends. Kurze Reaktionszeiten auf erfolgversprechende Marktneuheiten und ein extrem verdichteter Produktschöpfungsprozess schaffen die Voraussetzungen für das Gelingen von Kassenschlagern. Überall dort, wo innovative Ströme pulsieren, wird beobachtet, gemessen und getaktet. Die intensive Zusammenarbeit von Designern mit Entwicklung, Marketing, Produkt- und Qualitätsmanagement bildet den Zündstoff für innovative Produktideen. Der permanente Kontakt zu führenden Technologie-Konzernen und Herstellern weltweit und die Teilnahme an führenden Messen und Fachkongressen informieren über neueste Trends und Forschungsergebnisse. Dabei wird kritisch verglichen, was sinnvoll ist, um dann bestmögliche Lösungen zu entwickeln. Produkte nach Maß.



Design durch Tradition

Gegründet und gewachsen in der Metropole Ruhr, vor der Silhouette des UNESCO-Weltkulturerbes Zollverein, eingebettet im Kontext der Kulturhauptstadt 2010 überrascht die enge Verknüpfung von MEDION mit der Disziplin Design nicht. An einem der profiliertesten Designstandorte überhaupt, unweit des Red-Dot-Museums und der weltberühmten Folkwang-Hochschule, wurde schon Mitte der 90er Jahre Design als wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells erkannt und integriert. Der Aufbau eigener Designteams sowie die Schaffung interdisziplinär agierender Netzwerke wurden konsequent weiterverfolgt und prägen seitdem das Erscheinungsbild von MEDION und seinen Produkten. Im Einzugsgebiet vieler hochkarätiger europäischer Design-Hochschulen ist MEDION heute ein Magnet für talentierte Nachwuchsdesigner.

Design bietet mehr

In einem technologiegetriebenen Markt, in dem Digitalisierung, Miniaturisierung und Konvergenz die Produktentwicklungen kennzeichnen, muss nicht unbedingt alles gut sein, was neu ist und glänzt. Mitunter verwirrt, was nicht vertraut erscheint. Den Wunsch nach Einfachheit angesichts zunehmender Komplexität fassen Trendforscher in dem Begriff Simplexity zusammen. Genau hier setzt Design an und formuliert die Sprache, mit der komplexe Technologien in ästhetische, begreifbare Formen übersetzt werden. Dabei werden klare Gestaltungsgrundsätze definiert und Funktionalität wird zu einfacher Bedienung geordnet. Durch Design kommuniziert das Produkt mit dem Anwender auf mehreren Ebenen: in seiner praktischen und in seiner formal-ästhetischen Funktion sowie in seiner zeichenhaften Wahrnehmbarkeit. Sorgt Letzteres nachhaltig für einen hohen Wiedererkennungswert oder die Erweiterung des bisherigen Zeichenvorrats, entstehen im Idealfall Archetypen, der Stoff aus dem Design-Klassiker sind. Ausgezeichnete Designprodukte wie der Kult gewordene ALDI-PC belegen, dass MEDION den richtigen Weg beschreitet.



MEDION

Design prägt Profil

MEDION stellt sich den Herausforderungen des Marktes durch eine klare Positionierung des Designs. Die MEDION-Designlinie erfüllt dabei die maßgeblichen Kriterien Differenzierung, Identifikation und Innovation. Bei der Wahl der designbestimmenden Merkmale setzt MEDION auf eine Kombination von starker Zeichenhaftigkeit, wohlproportionierter Linienführung mit edler, klassisch-zeitloser Farb- und Materialwahl. Verbindendes Element aller Produktbereiche ist eine silberne Linie im Zusammenspiel mit hochglänzenden Piano-lackoberflächen. Das zweite gestaltbestimmende Detail, das blaue Dreieck, signalisiert technologische Souveränität und Balance. Als identifizierbares Symbol garantiert es Unterscheidbarkeit und Wiedererkennbarkeit. Und: Im Zeitalter schneller Innovationszyklen und damit einhergehenden Preisverfalls adressieren MEDION-Designlinien-Produkte so elementare Werte wie Zukunftssicherheit und Langlebigkeit an den Käufer.

Design schafft Begehrlichkeit

Durch überzeugende Präsentationen der Designlinie bei den internationalen Messen wie IFA, CeBIT und CES konnte das Vertrauen der Handelspartner gewonnen und konnten damit die Voraussetzungen für erfolgreiche Verkaufsaktionen geschaffen werden. Im 4. Quartal 2007 wurden mehrere Dutzend Produkte im Markt eingeführt. Um die Designklammer entwickelte das MEDION-Marketingteam eine innovative Kampagnenklammer, welche den rationalen Produktstärken durch ihre emotionale Ansprache lifestyleorientierte Kaufanreize hinzufügt.

Beispiele aus der MEDION Designlinie



○○○

DVD-/HDD-Recorder MEDION MD 82000

Schon mal einen Videorecorder programmiert? Telefonbuchdicke Bedienungsanweisungen gelesen? Nicht so beim MD 82000, denn sein Bedienkomfort ist preisgekrönt. Intuitiv werden über das einfache Bildschirm-Menü (OSD) Kapitel eingeteilt oder persönliche Highlights von Sendungen zusammengestellt. Bis zu 440 Stunden analoges/digitales Videomaterial können auf dem riesigen 360-GB-Festplattenspeicher archiviert sowie MP3-, AVI- und JPG-Dateien von DVD auf Festplatte kopiert werden. Ausgezeichnet mit dem Plus X Award.



○○○

46"-Full-HD-LCD-TV MEDION MD 36046

Faszinierende Farben, Formen und Funktionen verschmelzen zum ultimativen TV-Erlebnis im Kinoformat mit brillanten Bildern in exklusivem Metall-Design. Gigantische Möglichkeiten eröffnen sich bei maximaler HDTV-Auflösung durch vier HDMI-Eingänge, drei Tuner, 3-Wege-Soundsystem mit sieben Lautsprechern, 5.000 Seiten Teletextspeicher, PC-Eingang sowie multilingualer Benutzeroberfläche. Einfach zurücklehnen und genießen. Ausgezeichnet mit dem IF Award.



Icon Remote MEDION MD 81880

Für SIE und IHN, denn die intuitiv bedienbare Icon-Fernbedienung bietet Besonderheiten, die es in sich haben: Per Druck auf die Profiltasten werden in dem übersichtlichen LCD-Display ihre und seine eingespeicherten Favoritensender angezeigt. Das lästige Merken von Programmplätzen gehört der Vergangenheit an. Auch sonst funktioniert die Icon so, wie es sein soll: Das mühselige Suchen von bis zu zehn Geräten übernimmt sie automatisch und zeigt im Bildschirm TV-Stationen übersichtlich als Logos an. Ausgezeichnet mit dem Good Design Award.



Drahtloses Funkübertragungsset MEDION MD 81883

Über Distanzen von bis zu 30 m im Haus können dank 2,4-GHz-Technologie Video- und Audiosignale drahtlos durch Decken und Wände übermittelt werden. Dadurch wird lästiges Verkabeln vermieden, wenn man z. B. den Fernsehempfang auf einem anderen Gerät im Haus wiedergeben möchte. Das Funkübertragungssystem MD 81883 besteht aus einem Sender und einem Empfänger. Zur Ausrichtung des Signals verfügen beide Stationen über klapp- und schwenkbare Antennen. Sowohl in geschlossenem als auch in geöffnetem Betriebszustand besticht es durch eine klare und schlichte Formsprache. Ausgezeichnet mit dem Good Design Award.





○○○

MP3-Player MEDION MD 81758

Die Ohren freuen sich über 500 Songs auf dem eingebauten 2-GB-Speicher des MD 81758, der Kopf über aktuelle Nachrichten des eingebauten UKW-Radios und über eigene Sprachnotizen. Und die Augen begeistert nicht nur das 1,4"-LCD-Farbdisplay, auf dem Fotos und Videos betrachtet werden können, sondern auch das edle Design. Ausgezeichnet mit dem Plus X Award.





000

DECT-Telefon MEDION MD 81877

Das extrem schlanke MEDION-DECT-Telefon verbindet alle Anforderungen moderner Telekommunikation mit klassischem, funktionalem Design. Die stringente Farbwahl und die einfache, reine Form vermitteln eine moderne, aber vertraute Anmutung. Die Bedienung aller Funktionen über große Tasten und kontrastreiche Kennzeichnung führen zu leichter Les- und Bedienbarkeit. Ausgestattet ist das Telefon mit allen aktuellen Funktionen: vom Hochleistungs-Akku über polyphone Klingeltöne bis zum digitalen Anrufbeantworter. Ausgezeichnet mit IF und Good Design Award.



Navigationssystem MEDION GoPal P4420

Ganz weit vorn und schneller ans Ziel: wie beim Highend-Navi P4420, dem Besten der Bestenliste in der COMPUTER BILD. Steuerung per Sprache, schnellste Routenberechnungen, großes, präzises 4,3"-Widescreen-Display sowie TMCpro zur Staumfahrung belegen eine erstklassige Ausstattung. Praktisch ist die Text-in-Sprache-Umwandlung, bei der Orts- und Straßennamen vorgelesen werden. Und für Komfort sorgt die eingebaute Freisprecheinrichtung für Mobiltelefone mit Bluetooth. Ausgezeichnet mit dem Good Design Award.



15,4"-Multimedia-Power-Notebook MEDION Akoya MD 96350

Hightech in Hochglanz. Technologisch Machbares spiegelt sich in innovativer Formsprache wider. Modernste Notebooktechnologien wie WLAN, integrierte Webcam und Mikrofon, DVB-T-Tuner, numerisches Tastenfeld, Fingerabdruck-Sensor, berührungssensitive Multimediasteuerung, Widescreen-Display mit gestochen scharfem Bild, Cardreader, CD/DVD-Brenner, brillanter Sound, gigantische Festplattenkapazität sowie riesiger Arbeitsspeicher vereinen sich kompakt in eleganter Klavierlack-Optik. Glänzender Auftritt mit bleibendem Eindruck. Ausgezeichnet mit dem Plus X Award.



Eine Marke im Wandel – die Kommunikation im Marketingmix 2007

In der ICON-Studie 2007 konnte die positive Entwicklung der Marke MEDION belegt werden und bestätigte die gewählte strategische Marschrichtung:

- Die Markenbekanntheit wurde gesteigert
- Die Emotionalität erhöht
- Die Preis- und Qualitätskompetenz manifestiert
- Die Unkonventionalität der Marke gelernt

Diese erfreuliche Entwicklung basiert neben der Produkt-, Distributions- und Preispolitik auf einer weiteren, markenarchitektonisch unerlässlichen Säule: der Kommunikation.



MEDION Design-Line

Ob Notebook, PC oder Scanner,
ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner,
das Ziel unserer Arbeit ist rein,
Technologie wird zu purem Design.

MEDION®
www.medion.de

Eine Marke im Wandel

MEDION steht heute für die Demokratisierung von modernen PCs und Consumer Electronics, denn das konstant attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis und die unkonventionellen Vertriebswege ermöglichen Hightech-Produkte für eine breite Zielgruppe. Diese differenzierende und vertriebskanalunabhängige Positionierung wird gestützt durch Markenwerte wie „unkonventionell“, „smart“, „zukunftsorientiert“ und „volksnah“.

In der ICON-Studie 2007 konnte die positive Entwicklung der Marke MEDION belegt werden und bestätigte die gewählte strategische Marschrichtung: Die Markenbekanntheit wurde gesteigert, die Emotionalität erhöht, die Preis- und Qualitätskompetenz manifestiert, die Unkonventionalität der Marke gelernt.

Diese erfreuliche Entwicklung basiert neben der Produkt-, Distributions- und Preispolitik auf einer weiteren, markenarchitektonisch unerlässlichen Säule: der Kommunikation.

So wurde im Frühjahr 2007 im Wachstumssegment der portablen Navigationsgeräte die erste Corporate-Kampagne für MEDION realisiert. Primäres Ziel war die Bekanntmachung und Festigung der Submarke MEDION GoPal im Markt. Das auf dieser Basis entwickelte Kampagnenkonzept „WISSEN, WO ES LANGGEHT“ verknüpfte MEDION GoPal mit der Kernleistung „Navigation“ und sollte diese durch überraschende, unkonventionelle, originelle, aber auch relevante Kommunikation im Bewusstsein der Verbraucher fest verankern.



MEDION NAVIGATIONSSYSTEME
WISSEN, WO ES LANGGEHT
WWW.MEDIONGOPAL.DE

**FOLGEN SIE NICHT IHREM INSTINKT
FOLGEN SIE IHREM MEDION GOPAL.**

MEDION NAVIGATIONSSYSTEME.
WISSEN, WO ES LANGGEHT.
WWW.MEDIONGOPAL.DE

MEDION® GoPal® P4410
www.medion.de

**WISSEN,
WO ES LANGGEHT.**

MEDION NAVIGATIONSSYSTEME.
WWW.MEDION.DE

MEDION® GoPal® P4410
www.medion.de

So wurde in der Kampagnenmechanik der Markenanspruch „WISSEN, WO ES LANGGEHT“ einerseits auf das Produkt bezogen, andererseits aber mit einem Augenzwinkern auf andere Bereiche des täglichen Lebens übertragen. Auf diesem Weg konnte immer wieder mit dem Umfeld interagiert werden. Die Kampagne wurde zur Schaffung von Aufmerksamkeit und Awareness, aber auch zur Auslösung von konkreten Kaufimpulsen crossmedial eingesetzt. Der Gedanke „WISSEN, WO ES LANGGEHT“ wurde daher auf gleichermaßen originelle wie relevante Art und Weise nicht nur durch TV-Spots, Funk-Spots und Anzeigen und Internetbannern, sondern auch auf Messen wie der CeBIT in Hannover und der IFA in Berlin inszeniert.

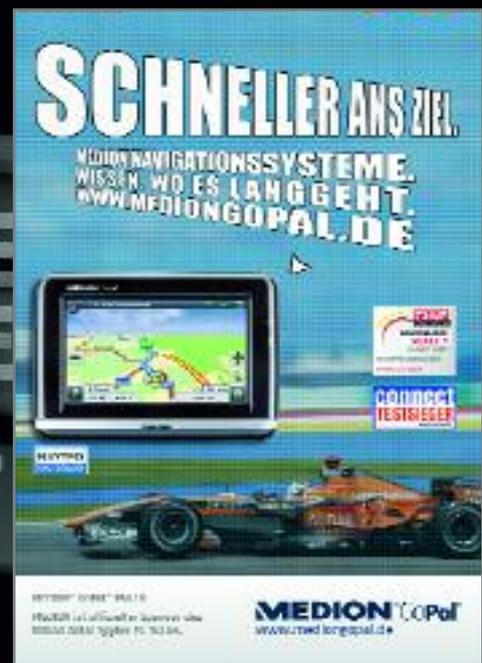
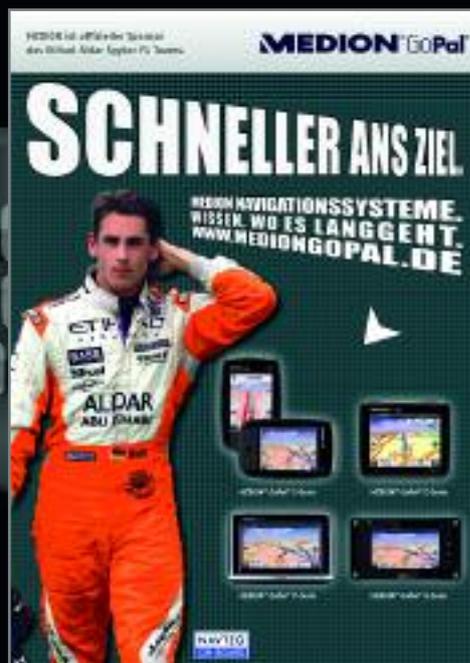
Die Vorteile der Kampagne: Durch den konsistenten und aufeinander abgestimmten Einsatz unterschiedlicher Medien konnte ein hoher Wiedererkennungswert von MEDION GoPal erzielt und daraus resultierend die Markenbekanntheit schnell gesteigert werden, was sich positiv auf den Abverkauf auswirkte. Gleichzeitig konnte das positiv besetzte Bild der Kampagne auf das Image der Dachmarke MEDION abstrahlen.

Zusätzlich konnte die Kampagnenklammer durch die intensive Zusammenarbeit mit dem Formel-1-Piloten Adrian Sutil auf den Bereich Sponsoring erfolgreich ausgedehnt werden.

Seit Adrian Sutil 2002 in der Formel BMW im Motorsport begonnen hat, unterstützt die MEDION AG den deutschen Rennfahrer als Personal Sponsor. Im Jahr 2007 fuhr Adrian Sutil seine erste Formel-1-Saison als Stammfahrer beim niederländischen Spyker F1 Team. Als logische Konsequenz wurde MEDION 2007 auch Team-Sponsor bei Spyker.

Adrian konnte in der Saison 2007 erste sportliche Highlights setzen. Er fuhr im dritten freien Training von Monaco Bestzeit und zog damit die Aufmerksamkeit der Formel-1-Welt auf sich. Im Laufe der Saison machte das Spyker-Team auch technische Fortschritte und Adrian kämpfte bei den Grands Prix in Indianapolis und Spa-Francorchamps um die Plätze im Mittelfeld. Nach einem tollen Regen-Rennen im japanischen Fuji holte Adrian Sutil seinen ersten WM-Punkt.

Die guten sportlichen Ergebnisse und die sympathische Art von Adrian Sutil zogen regelmäßig das Interesse der Medien an. Damit erhielt auch die Marke MEDION verstärkte Medienpräsenz. Eine Studie des Unternehmens IFM zeigt auf, dass das Sponsoring von Adrian Sutil der Marke MEDION einen verhältnismäßig hohen Werbewert verschafft hat. Zudem hat die MEDION AG das Sponsorship als Thema in ihre Marketing-Maßnahmen einfließen lassen, um somit das hochwertige Image der Formel 1 auf die eigene Markenwelt zu übertragen.



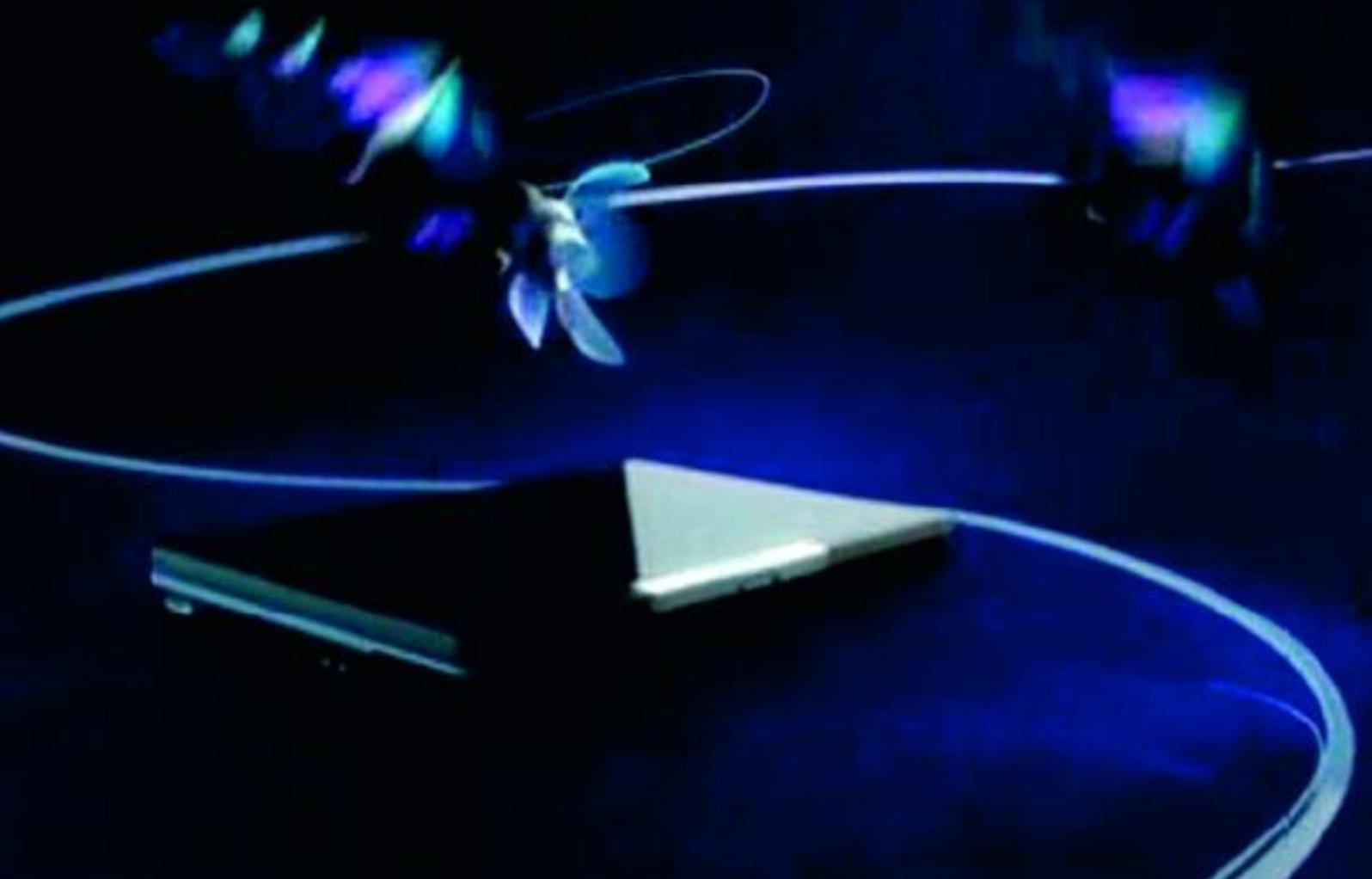


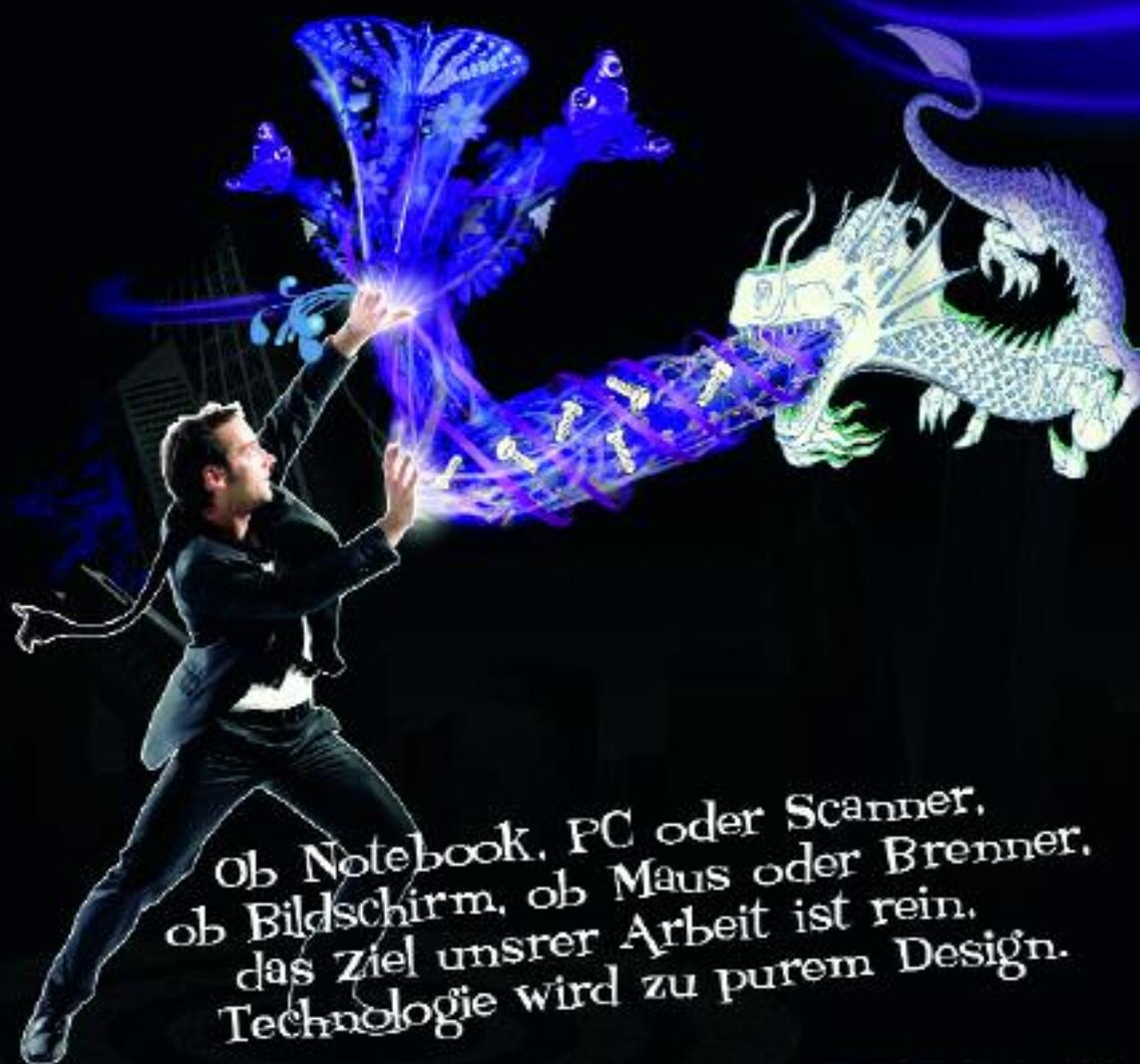
Das Spyker F1 Team wurde im Herbst 2007 an ein Konsortium von Dr. Vijay Mallya und der niederländischen Mol-Familie verkauft. Als neuer Team-Eigner hat Dr. Vijay Mallya ehrgeizige Ziele mit dem Team. Das Team wird ab der Saison 2008 als Force India F1 Team in der Formel 1 starten. Mit großem sportlichen Ehrgeiz und neuen Kräften will das Force India Team mittelfristig in das sportliche Mittelfeld der Formel 1 aufrücken. Adrian Sutil hat sich für 2008 zum Ziel gesetzt, weitere WM-Punkte zu gewinnen und sich für höhere Aufgaben zu empfehlen. Die MEDION AG wird Adrian Sutil dabei weiterhin unterstützen.

Um auf diesen positiven Image der Dachmarke weiter aufzubauen und den sich wandelnden Anforderungen des Marktes zu begegnen, entwickelte das Marketing eine erweiterte Strategie für die Dachmarke MEDION.

Neben der rationalen Stärke der Marke – „herausragende Technologie zu einem unschlagbaren Preis“ – wird der Marke ein starker emotionaler Benefit addiert und so die Begehrlichkeit erhöht. MEDION wird zu einem Must-have. Hierfür sollen „Lifestyle und Design“ in der Kommunikation zukünftig deutlich in den Fokus gerückt werden. MEDION demokratisiert zukünftig nicht nur Technik-Innovationen, sondern innovative Technologie in atemberaubendem Design.

Aus der Strategie entstand die Aufgabe, die derzeit rationale Stärke der Produkte „Hightech“ mit der emotionalen Eigenschaft „Design“ eng zu verknüpfen. Zum ersten Mal konnte die Aufgabe dann für die neue MEDION-Designlinie im Herbst 2007 erfolgreich gelöst werden. Unter dem Kampagnenslogan „**HIGHTECH IN SCHÖN**“ werden seither die Designprodukte mit Hilfe einer integrierten Kampagne von TV- und Funkspots sowie einer entsprechenden Landingpage im Internet beworben.





Ob Notebook, PC oder Scanner,
ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner,
das Ziel unserer Arbeit ist rein,
Technologie wird zu purem Design.

HIGHTECH IN SCHÖN

Das neue MEDION AKOYA in edlem Design.
Mit Intel® Core™ Duo Technologie und
Original Windows Vista Home Premium.
Mehr Schönheiten unter medion.de



MEDION
www.medion.de

Das Überraschende: Neben dem sehr ansprechenden Design der Kampagne wurden die technologischen Leistungsmerkmale der jeweiligen Produkte in Form von sinnlich anmutenden Gedichten präsentiert. Was also gesagt wurde, zahlte auf den hohen technologischen Standard der Produkte ein. Und wie es gesagt wurde – auf das schöne Design. Darüber hinaus konnte die Kampagnenmechanik unproblematisch für internationale Märkte adaptiert werden. So sind diverse TV-Spots unter dem Dachgedanken „HIGHTECH IN SCHÖN“ in Dänemark sowie in Österreich bereits ausgestrahlt worden. Aufgrund des großen Erfolges wird die Kampagnenidee 2008 neben den bereits erarbeiteten Medien auf Anzeigen und gegebenenfalls neue, unkonventionelle Medien ausgedehnt.

Die Vorteile der Kampagne: Sie konnte crossmedial und international eingesetzt werden. Sie ist durch die Form der Gedichte neuartig, unkonventionell, aufmerksamkeitsstark und bleibt bei der Zielgruppe hängen. Der zusätzliche Reason to Believe des atemberaubenden Designs überzeugt, kann glaubwürdig vermittelt und nachhaltig gelernt werden. Durch die stets neu formulierten Gedichte bleibt die Kampagne flexibel und damit auch morgen noch interessant. Gleichzeitig bewirkt die gleichbleibende Kampagnenmechanik sowie der einheitliche Kampagnensatz „HIGHTECH IN SCHÖN“ ein hohes Maß an Kontinuität und damit Wiedererkennbarkeit.

ob Notebook, PC oder Scanner,
ob Bildschirm, ob Maus oder Brenner,
das Ziel unsrer Arbeit ist rein,
Technologie wird zu purem Design.

Beide Kampagnen stützen die etablierten Markenwerte von MEDION und präsentieren die Marke originell, unkonventionell und überraschend. Zielsetzung für 2008 wird nun sein, die Erfolgskomponente „Begehrlichkeit durch Design“ auch auf die Kampagnenstrategie für MEDION GoPal sukzessive zu erweitern.

Durch kreative und relevante Kampagnenideen konnte die Marke MEDION in der öffentlichen Wahrnehmung weiter an Glaubwürdigkeit und Sympathie gewinnen. Auf diesen Erfolgen aufbauend werden wir die Marke auch in 2008 durch entsprechende intelligente Kommunikations-Konzepte unterstützen.

5 Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

5.1	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	50
5.1.1	Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	
5.1.2	Markt für Consumer-Electronics	
5.2	Der MEDION-Konzern	52
5.2.1	Geschäftsmodell	
5.2.2	Die Wertschöpfungskette	
5.2.3	Die Struktur des MEDION-Konzerns	
5.3	Finanzbericht	57
5.3.1	Geschäftsentwicklung 2007	
5.3.2	Umsatzentwicklung	
5.3.3	Ertragslage	
5.3.4	Ertragsteuern	
5.3.5	Vermögens- und Finanzlage	
5.3.6	Kapitalflussrechnung	
5.4	Personal	68
5.4.1	Personalentwicklung	
5.4.2	Struktur	
5.4.3	Wesentliche Vereinbarungen	
5.5	Forschung und Entwicklung	73
5.6	Corporate Governance/Vergütungsbericht	74
5.6.1	Corporate Governance	
5.6.2	Vorstandsvergütungen	
5.6.3	Aufsichtsratsvergütungen	
5.7	Risikobericht	79
5.7.1	Risikomanagement	
5.7.2	Risikomanagementsysteme	
5.7.3	Absatzbezogene Risikoposition	
5.7.4	Betrieb	
5.7.5	Recht	
5.7.6	Finanzen	
5.7.7	Personal	
5.7.8	Gesamtrisikosituation	
5.8	Prognosebericht	89
5.8.1	Konjunktureller Rahmen	
5.8.2	Marktentwicklung Consumer-Electronics	
5.8.3	Unternehmensentwicklung	
5.8.4	Ausblick 2008	
5.9	Sonstige Angaben gemäß § 289 Abs. 4 und § 315 Abs. 4 HGB	95



5.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Nach den Aussagen der sechs führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute setzte sich der Aufschwung der Weltwirtschaft in 2007 fort; jedoch hat die konjunkturelle Dynamik insbesondere in den USA, die in den vergangenen Jahren maßgeblich zum anhaltenden Wachstumstrend in der Welt beigetragen hat, bereits seit der Jahresmitte 2006 spürbar nachgelassen. Die ohnehin sehr kräftige Expansion in China, Indien und anderen Schwellenländern hat sich im Verlauf von 2007 noch einmal beschleunigt, hingegen steigt das Bruttoinlandsprodukt in den klassischen Industrieländern seit einiger Zeit nur noch in moderatem Tempo. Die Immobilienkrise in den USA hat seit dem Sommer 2007 auf internationalen Finanzmärkten zu Turbulenzen und zu einer Liquiditätskrise im Bankensektor geführt. Die Volatilität an den Finanzmärkten ist spürbar angestiegen, es kam zu einer „Flucht in Sicherheiten“ und der Dollar hat sich im Verlauf des Jahres 2007 gegenüber dem Euro nochmals um ca. 10 % abgeschwächt. Die Rohstoff- und Energiepreise sind weiterhin angestiegen; dies hat den Auftrieb der Verbraucherpreise verstärkt und das verfügbare Einkommen der Konsumenten belastet.

Die Konjunktur in dem für MEDION relevanten Euroraum hat sich in 2007 auf hohem Niveau positiv – aber nicht mehr mit der Dynamik des Jahres 2006 – entwickelt. Der höhere Ölpreis, der stärkere Euro, gestiegene Zinsen und eine vorsichtige Kreditvergabe haben sich in der zweiten Jahreshälfte zunehmend belastend auf das Expansionstempo ausgewirkt.

In Deutschland hat sich das konjunkturelle Wachstum des Bruttoinlandsproduktes in 2007 von 2,5 % positiv auf die Binnennachfrage und die Arbeitsmarktlage ausgewirkt. Die Inlandsnachfrage ist um 2,7 % auf € 168,1 Mrd. angestiegen. Die binnenwirtschaftliche Belegung war dabei gekennzeichnet durch eine anhaltend rege Investitionstätigkeit. Aufgrund der hohen Kapazitätsauslastung und der Auftragsbestände der Wirtschaft hat sich dies auch sehr positiv auf den Arbeitsmarkt ausgewirkt. Im Jahr 2007 sind geschätzt allein rund 570.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse neu entstanden. Den daraus erwachsenden positiven Impulsen für die privaten Konsumausgaben standen die Anfang 2007 durchgeführte Mehrwertsteuererhöhung und der damit einhergehende Preisauftrieb gegenüber, die zunächst noch zu einer Kaufzurückhaltung der Konsumenten führten. Hinzu kamen im Jahresverlauf die Verteuerung der Energieprodukte und der Nahrungsmittel, so dass die Verbesserung auf dem Arbeitsmarkt noch nicht zu einer deutlichen Erhöhung der privaten Konsumausgaben in den anderen Konsumgüterbereichen führte. Die Konsumausgaben der privaten Haushalte lagen preisbereinigt nur auf dem Vorjahresniveau.

Vor dem Hintergrund der in der zweiten Jahreshälfte eingetretenen Verlangsamung der konjunkturellen Dynamik und der größeren Risiken auf den Finanzmärkten erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute für 2008 eine Fortsetzung des Wirtschaftswachstums auf einem niedrigeren Niveau: Das reale Bruttoinlandsprodukt soll nach einem Anstieg von

2,5 % im vergangenen Jahr in 2008 um 1,7 % wachsen. Dabei wird erwartet, dass die Inlandsnachfrage zunimmt und vermehrt Stütze der konjunkturellen Entwicklung sein wird. Maßgeblicher Faktor sollen steigende Konsumausgaben sein, da erwartet wird, dass die verfügbaren Einkommen steigen und die Finanzpolitik nicht mehr dämpft.

5.1.2 Markt für Consumer-Electronics

Der Markt für Consumer-Electronics in Deutschland hat in 2007 einen Umsatzzuwachs von 3,7 % auf € 23,246 Mrd. verzeichnet¹. Das Marktwachstum im Bereich Consumer-Electronics lag damit weiterhin über dem gesamtwirtschaftlichen Wachstum.

Der Umsatzzuwachs wurde dabei, getrieben von der weiterhin deutlich steigenden Nachfrage nach Notebooks, insbesondere im Bereich der Informationstechnologie (PC/Multimedia) erzielt, die den Umsatz um € 0,493 Mrd. entsprechend einem Wachstum von 10,3 % auf € 5,254 Mrd. steigerte. Daneben hat auch der Markt für TV-Displays um € 0,133 Mrd. (+2,9 %) auf € 4,696 Mrd. sowie der Markt für Digitalkameras um € 0,066 Mrd. auf € 2,054 Mrd. (+3,3 %) zugelegt. Demgegenüber waren in den Segmenten Telekommunikation (-6,5 %), Home-Audio (-6,4 %) und Video einschließlich Camcordern (-16,8 %) zum Teil deutliche Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

Wachstumstreiber im Bereich PC/Multimedia waren Notebooks, deren mengenmäßiger Absatz um 32 % auf 3,01 Mio. Stück gestiegen ist und die bei einem um 7,2 % auf € 889,00 pro Stück reduzierten Durchschnittspreis ein Umsatzwachstum von 22,5 % auf € 2,676 Mrd. verzeichneten. Demgegenüber stagnierte der Markt für Desktop-PCs bei einem Umsatzniveau von € 0,930 Mrd. Im Bereich der TV-Displays beherrschen die Flat-TVs mit einem Marktanteil von 73,6 % mittlerweile den Markt; der Absatz von Röhrengeräten hat sich von 2,730 Mio. Stück im Vorjahr auf nur noch 1,44 Mio. Stück in 2007 nahezu halbiert und trägt nur noch zu 23,9 % zum Gesamtabsatz bei. Dabei hat sich das Preisniveau bei LCD-Displays um durchschnittlich -17,5 % auf einen Durchschnittspreis von € 919,00 pro Stück und bei Plasma-TV-Geräten um -25,8 % auf durchschnittlich € 1.327,00 pro Stück reduziert. Erwartungsgemäß haben sich die Absatzmengen mit einem Zuwachs von 72,5 % auf 3,726 Mio. Stück gesteigert. Da sich der Durchschnittspreis jedoch deutlich um 25,2 % auf € 285,00 pro Stück reduzierte, war das Umsatzwachstum mit +29,0 % auf ein Gesamtvolumen von € 1,062 Mrd. in diesem Marktsegment vergleichsweise moderat.

MEDION hat besondere Kompetenz und seinen Umsatzschwerpunkt im Bereich PC/Multimedia, der insgesamt fast 70 % des Umsatzes im Konzern ausmacht. Der Bereich Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen trägt mit steigender Tendenz zu mittlerweile mehr als 30 % zum Umsatz bei.

¹ 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.

5.2.1 Geschäftsmodell

Das seit über 20 Jahren national wie international bewährte MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Endkunden zusammen mit den Partnern funktional hochwertige und innovative Trendprodukte der Consumer-Electronics in attraktivem Design auf dem neuesten technologischen Stand in bester Qualität zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten und damit frühzeitig für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Ergänzend zu dem klassischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, MEDION-Fotoservice, Downloads und Online-Dienste.

MEDION übernimmt gegenüber seinen Kunden, den international aufgestellten großen Handelsketten, nicht nur die Rolle des Lieferanten der Produkte, sondern – weit darüber hinausgehend – die Funktion eines Full-Service-Dienstleisters, der für seine Kunden die gesamte Wertschöpfungskette – von der Entwicklung der Produktidee über die Herstellung und Logistik bis zum After-Sales-Service – managt und kontrolliert. Zusammen mit den Kunden werden in der Regel hochvolumige Vertriebsaktionen strukturiert und abgewickelt, die in vielen Fällen gleichzeitig in mehreren Ländern oder teilweise sogar auf mehreren Kontinenten stattfinden.

Dabei reduziert MEDION durch seine Full-Service-Kompetenz den Arbeitsaufwand für seine Handelskunden, so dass diese sich voll und ganz auf den Vertrieb der Produkte konzentrieren können. MEDION erbringt nicht alle Schritte der Wertschöpfungskette mit eigenen Kapazitäten, sondern bezieht in einem weltweiten Beschaffungsprozess international leistungsfähige Partner in die Projektstufen mit ein. Nach Entwicklung der Produktidee und des Produktdesigns durch MEDION in Abstimmung mit dem Kunden werden die Komponenten und Produkte bei weltweit tätigen namhaften Herstellern bezogen, womit deren technologisches Know-how und Produktionskompetenz in den Beschaffungsprozess integriert wird.

MEDION strukturiert, managt und kontrolliert den Logistikprozess, der durch leistungsfähige Spediteure erbracht wird. Wesentlicher Erfolgsfaktor für MEDION wie für seine Kunden ist der umfassende und leistungsfähige MEDION-After-Sales-Service, der über 365 Tage im Jahr sicherstellt, dass der Endkunde die gewünschte Unterstützung bei der Inbetriebnahme und Bedienung erhält sowie bei Bedarf auch eine schnelle Reparatur oder Austausch des Gerätes erfolgt. Durch die Einbeziehung der leistungsfähigsten Partner, insbesondere in den investitionsintensiven Bereichen der Wertschöpfungskette, stellt MEDION sowohl hinsichtlich der anzubietenden Produktpalette als auch hinsichtlich der Kostenstrukturen seine Flexibilität sicher, um den Kunden top-aktuelle Produktangebote zu einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten zu können.

Die MEDION-Produktpalette umfasst 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 zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis aus einer Hand.

Dazu gehören zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere aus dem Download-Bereich wie Fotoservice oder Musik- und Software-Download. Daneben gewinnt aufgrund des allgemeinen Trends zum Einkauf über das Internet auch der Direktverkauf an den Konsumenten über die MEDION-Website an Bedeutung. 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 sich neue Absatzwege
- Den Partnern im Handel bietet MEDION die Möglichkeit, attraktive Produkte in hohen Stückzahlen in meist zeitlich begrenzten Verkaufsaktionen zu vermarkten

Gemeinsam mit diesen Partnern bietet MEDION ein umfangreiches Paket, das die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung bis zum After-Sales-Service umfasst. Seit nunmehr über 20 Jahren gelten folgende Grundsätze:

- Vermarktung von Trendprodukten
- hohe Qualität und ausgezeichnetes Design
- optimales Preis-Leistungs-Verhältnis
- Konzentration auf die weltweiten Top-Retailer
- Projektgeschäft statt Dauersortiment
- Bereitstellung eines umfangreichen Servicepaketes für den Endverbraucher
- Build-to-Order-Prinzip
- Absicherung von Währungsrisiken

Dabei zeichnet sich MEDION aus durch:

- die Erfahrung aus mehr als 15.000 erfolgreich abgewickelten Projekten
- das in über 20 Jahren aufgebaute weltweite Einkaufsnetzwerk
- die Nähe zu nationalen und internationalen Kunden
- die gut ausgebaute 365-Tage After-Sales-Struktur
- attraktive Einkaufspreise durch hohe Beschaffungs- und Projektvolumina
- die Präsenz in mehr als 20 Ländern
- die hohe Flexibilität aufgrund flacher Organisationsstrukturen und schneller Entscheidungswege und
- nicht zuletzt die über 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die MEDION jeden Tag neu ermöglichen

MEDION ist hauptsächlich in Deutschland und Europa aktiv und entwickelt das Geschäftsmodell mit neuen Produkten, dem Ausbau komplementärer Dienstleistungen sowie zielgruppenorientierten Marketing-Aktivitäten zur Stärkung der Marke kontinuierlich weiter.

* BEI DER REALISIERUNG UNSE-
RER PROJEKTE ARBEITEN WIR MIT
RENOMMIERTEN PARTNERN UND
DIENSTLEISTERN ZUSAMMEN: DIE
HIER GEKENNZEICHNETEN PUNKTE
ERBRINGEN DRITTE.

Die Wertschöpfungskette

unserer Projekte



5.2.3 Die Struktur des MEDION-Konzerns

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.

Der MEDION-Konsolidierungskreis wurde in 2007 um eine Gesellschaft erweitert. Erstmals wurde die im Dezember 2006 gegründete Tochtergesellschaft MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien, aufgrund deren Aufnahme der aktiven Geschäftstätigkeit in 2007 vollkonsolidiert. Die Tochtergesellschaft MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien, hat ihr operatives Geschäft eingestellt und befindet sich seit Dezember 2007 in Liquidation.

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., Ljubljana, 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

5.3.1 Geschäftsentwicklung 2007 – Highlights und Überblick

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2007		2006		+/-	
Umsatz	1.659,3	100,0	1.604,6	100,0	54,7	3,4
Materialeinsatz	-1.470,6	-88,6	-1.445,4	-90,1	-25,2	-1,7
Rohhertrag	188,7	11,4	159,2	9,9	29,5	18,5
Personalaufwand	-47,0	-2,8	-51,8	-3,2	4,8	9,3
Übrige Aufwendungen und Erträge	-106,5	-6,5	-92,9	-5,8	-13,6	-14,6
Abschreibungen	-6,7	-0,4	-8,1	-0,5	1,4	17,3
Betriebliche Aufwendungen	-160,2	-9,7	-152,8	-9,5	-7,4	-4,8
Operatives EBIT vor Sonderaufwendungen	28,5	1,7	6,4	0,4	22,1	> 100,0
Sonderaufwendungen	0,0	0,0	-100,0	-6,2	100,0	100,0
EBIT	28,5	1,7	-93,6	-5,8	122,1	> 100,0
Finanzergebnis	1,5	0,1	-2,0	-0,1	3,5	> 100,0
EBT	30,0	1,8	-95,6	-5,9	125,6	> 100,0
Steuern	-9,7	-0,6	30,2	1,9	-39,9	> -100,0
Konzernergebnis	20,3	1,2	-65,4	-4,0	85,7	> 100,0

Für MEDION ist das Geschäftsjahr 2007 insgesamt erfolgreich verlaufen. Nach einem schwierigen Geschäftsjahr 2006 konnte trotz eines weiteren strukturellen Preisverfalls in den wesentlichen Produktgruppen von 5–25 % erstmals wieder ein Umsatzwachstum von +3,4 % auf ein Umsatzniveau von € 1,66 Mrd. erzielt werden. Ursachen dieser positiven Entwicklung waren die allgemein bessere Konsumneigung bei den Verbrauchern und die optimistischere Haltung der Kunden im Handel sowie insbesondere die sehr erfolgreich verlaufene Marketing- und Designoffensive, die wesentlich dazu beigetragen hat, die Marke MEDION zu stärken und MEDION-Produkte noch besser im Markt platzieren zu können. Die bereits in den Vorjahren eingeleitete gezielte Bereinigung des Produktportfolios um transaktionsintensive Segmente und die Konzentration auf effiziente Auftragstrukturen haben den beabsichtigten Erfolg erzielt und zu einer deutlichen Verbesserung der Rohhertragsmarge von 9,9 % im Vorjahr auf 11,4 % in 2007 geführt. Parallel dazu wurden die Effizienzsteigerungsmaßnahmen in den betrieblichen Kostenbereichen konsequent weiter umgesetzt und dabei die wesentlichen Einsparziele in den Bereichen Retouren, After-Sales-Service und Overhead erreicht, ohne den hohen Qualitätsstandard zu beeinträchtigen.

Insgesamt konnten damit die im März 2007 mit dem Geschäftsbericht 2006 veröffentlichten Umsatz- und Ergebnisziele für 2007 und 2008 nicht nur erreicht, sondern übertriften werden. Das operative Ergebnis (EBIT) liegt bei € +28,5 Mio. und der Konzern erzielte unter Berücksichtigung des positiven Finanzergebnisses ein Ergebnis vor Steuern (EBT) von € 30,0 Mio. Nach Abzug der Ertragsteuern weist der MEDION-Konzern einen Konzernjahresüberschuss von € 20,3 Mio. und ein Ergebnis pro Aktie von € 0,42 aus.

Vor dem Hintergrund dieser positiven Ertragsentwicklung schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 14. Mai 2008 vor, eine Dividende von € 0,15 je gewinnberechtigte Stückaktie auszuschütten.

Der Vorstand erwartet, dass sich die positive Entwicklung bei MEDION in der absehbaren Zukunft fortsetzen wird, und geht davon aus, dass der Umsatz in den nächsten beiden Geschäftsjahren jeweils um 3–5 % bei einem überproportionalen Anstieg des Ergebnisses wächst, wobei schon in 2008 eine EBIT-Marge von 2,0–2,5 % erreicht werden soll.

5.3.2 Umsatzentwicklung

Nach einem zunächst noch weiterhin schwachen und mit vielen Unsicherheiten auf dem Markt verbundenen Jahresbeginn entwickelten sich die Geschäfte im Jahresverlauf zunehmend besser. Die in den ersten beiden Quartalen 2007 aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung noch zu erkennende Kaufzurückhaltung wurde in der zweiten Jahreshälfte im Rahmen eines positiven gesamtwirtschaftlichen Umfeldes von einer optimistischeren Grundstimmung bei den Konsumenten und im Handel abgelöst. MEDION hat die sich daraus ergebenden Chancen genutzt und seine Marktposition durch neue Produktdesigns, verstärkte Marketinginvestitionen und den gezielten Ausbau des Leistungsportfolios gestärkt und verbessert. Insgesamt konnte der Umsatz dadurch – trotz des fortgesetzten bewussten Verzichtes auf transaktionsintensives und ertragsschwaches Geschäft – von € 1.604,6 Mio. um € 54,7 Mio. auf € 1.659,3 Mio. gesteigert werden.

UMSÄTZE NACH REGIONEN

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2007		2006		+/-	
Deutschland	1.118,2	67,4	1.076,2	67,1	42,0	3,9
Europa	455,5	27,4	460,9	28,7	-5,4	-1,2
Übriges Ausland	85,6	5,2	67,5	4,2	18,1	26,8
Umsatz	1.659,3	100,0	1.604,6	100,0	54,7	3,4

Treiber des Umsatzwachstums war insbesondere der deutsche Markt. Die Entwicklung im europäischen Markt verlief uneinheitlich. Insbesondere in Großbritannien und Frankreich lagen die Erlöse aufgrund eines vorsichtigeren Orderverhaltens der Kunden unter Vorjahresniveau; dies konnte auch durch erfreuliche Wachstumsraten von teilweise mehr als 10 % auf anderen europäischen Märkten, insbesondere in den Benelux-Staaten, nur teilweise kompensiert werden.

UMSÄTZE NACH GESCHÄFTSBEREICHEN

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2007		2006		+/-	
PC/Multimedia	1.135,7	68,4	1.114,6	69,5	21,1	1,9
Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	523,6	31,6	490,0	30,5	33,6	6,9
Umsatz	1.659,3	100,0	1.604,6	100,0	54,7	3,4

Bedingt durch das Zusammenwachsen der digitalen Produkte und Inhalte in der Unterhaltungselektronik mit den verschiedenen Anwendungen und Dienstleistungen und der damit fehlenden eindeutigen Differenzierungsmöglichkeit wurden die bisherigen Bereiche Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik unter dem Namen Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen in einem Geschäftsbereich zusammengefasst.

Nach wie vor stellt der Geschäftsbereich PC/Multimedia mit einem Umsatzanteil von mehr als zwei Dritteln den Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit des MEDION-Konzerns dar. Hier konnte trotz eines strukturellen Preisverfalls zwischen 5 und 15 % in den wesentlichen Produktgruppen Notebook, PC und mobile Navigation bei gesteigerter Absatzmengenentwicklung ein Umsatzwachstum von 1,9 % realisiert werden.

Der Bereich Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen entwickelte sich mit einem Umsatzanstieg von 6,9 % erwartungsgemäß gut. Dabei hat sich das Geschäft mit einfachen Geräten der Haushalts- und Unterhaltungselektronik planmäßig reduziert. Demgegenüber konnte im Bereich der komplementären Dienstleistungen ein erfreulicher Zuwachs erreicht werden.

Rohertrag

Die Rohertragsmarge konnte von 9,9 % in 2006 auf 11,4 % in 2007 verbessert werden. Darin zeigt sich der Erfolg der bereits in den Vorjahren eingeleiteten und in 2007 konsequent fortgeführten Bereinigung des Produktportfolios. Daneben trägt auch der erfolgreiche Ausbau des Leistungsportfolios zu der verbesserten Rohertragsquote bei.

Personalaufwand

Der Personalaufwand wurde im Geschäftsjahr 2007 noch einmal um € 4,8 Mio. auf € 47,0 Mio. reduziert. Dies ging einher mit einer um 160 auf 1.138 reduzierten durchschnittlichen Zahl der Beschäftigten. Zum 31. Dezember 2007 waren 1.093 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) im MEDION-Konzern beschäftigt.

Der Rückgang der Beschäftigtenzahl betraf alle Unternehmensbereiche und erfolgte im Wesentlichen im Rahmen der Nutzung der betriebsüblichen Fluktuation sowie des Auslaufens von befristeten Verträgen. Daneben wurden der Betriebsteil „Repaircenter“ der MEDION Service GmbH geschlossen und die Aufgaben auf einen erfahrenen Dienstleister, zu dem langjährige Geschäftsbeziehungen bestehen, verlagert. Diese Maßnahme wurde flankiert durch den Abschluss eines Sozialplanes, um den Anpassungsprozess für die davon betroffenen Mitarbeiter sozialverträglich zu gestalten.

PERSONALAUFWAND

	2007	2006
Personalaufwand, gesamt in T€	46.982	51.754
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.138	1.298
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	41.285	39.872

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

**VERÄNDERUNG DURCHSCHNITTLICHE MITARBEITERZAHL
(VOLLZEITÄQUIVALENTE)**

Inland	Anzahl 2007	Anzahl 2006	+/-	%
Vertrieb	213	223	-10	-4
Service	589	717	-128	-18
Verwaltung	111	117	-6	-5
	913	1.057	-144	-14
Ausland				
Vertrieb	32	36	-4	-11
Service	174	179	-5	-3
Verwaltung	19	26	-7	-27
	225	241	-16	-7
Gesamt				
Vertrieb	245	259	-14	-5
Service	763	896	-133	-15
Verwaltung	130	143	-13	-9
	1.138	1.298	-160	-12

Abschreibungen

Die Abschreibungen liegen mit € 6,7 Mio. um € 1,4 Mio. unter Vorjahresniveau. Darin enthalten sind Abschreibungen auf Sachanlagen von € 3,5 Mio. und auf immaterielle Vermögensgegenstände – insbesondere EDV-Software – von € 3,2 Mio.

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge

Werte in Mio.€	2007	2006
Sonstige betriebliche Aufwendungen		
Vertriebsaufwendungen	-91,9	-76,7
Verwaltungsaufwendungen	-12,4	-13,1
Betriebsaufwendungen	-6,0	-6,8
Übrige	-2,5	-3,1
	-112,8	-99,7
Sonstige betriebliche Erträge	6,3	6,8
Saldo sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge	-106,5	-92,9

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich um € 13,1 Mio. auf € 112,8 Mio. erhöht; sie machen damit 6,8 % des Umsatzes nach 6,2 % im Vorjahr aus.

Hintergrund des Anstiegs der Vertriebsaufwendungen sind deutlich verstärkte Marketinginvestitionen. Der Konzern hat im Rahmen der MEDION-Marketingoffensive in 2007 national und international insgesamt rund € 19,3 Mio. zusätzlich sowohl in produktspezifische Werbung für die einzelnen Projekte, Messeauftritte und Marketingkampagnen als auch in Werbemaßnahmen zur Stärkung des Bekanntheitsgrades und des Image der Marke MEDION investiert. In den übrigen Kostenbereichen der Vertriebskosten, die insbesondere Aufwendungen für den Kundenservice und Retouren sowie Logistikkosten umfassen, konnten durch die konsequente Fortsetzung der Effizienzsteigerungsmaßnahmen nochmals Einsparungen von zusammen rund € 4,1 Mio. erzielt werden. Damit konnten die Kosten in diesen Bereichen – trotz des energiepreisbedingten strukturellen Preisanstiegs bei den Logistikkosten – noch einmal um durchschnittlich 6,0 % gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden.

Darüber hinaus wurden auch in den Kategorien Betrieb und Verwaltung durch eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen weitere Einsparungen realisiert, die sich zusammen auf € 2,1 Mio. summieren, was einer Kostensenkung von 9,1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betreffen wie in den Vorjahren Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen sowie periodenfremde Erträge.

5.3.4 Ertragsteuern

Ertragsteuern

Werte in Mio.€	2007	2006
Effektive zahlungswirksame Steuern	5,5	-3,6
Latente Ertragsteuern		
Verbrauch aktivierter latenter Steuern aus 2006	6,0	0,0
Bildung aktiver latenter Steuern	-7,3	-29,7
Steuersatzeffekt aus Steuerreform 2008	5,2	0,0
Übrige latente Steuern	0,2	2,7
Ertragsteueraufwand, gesamt	9,6	-30,6

Wegen der Regelungen zur Mindestbesteuerung in Deutschland sind trotz der noch bestehenden steuerlichen Verlustvorträge effektive Steuerbelastungen von € 5,5 Mio. zu zahlen.

Die übrigen Ertragsteuern betreffen buchmäßige latente Ertragsteuern; dabei ergeben sich in 2007 verschiedene Effekte:

Zum einen führt das in 2007 erzielte positive Ergebnis vor Steuern von € 30,0 Mio. zu einem teilweisen Verbrauch der im Vorjahr aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von € 6,0 Mio.

Zum anderen geht der MEDION-Konzern aufgrund der deutlich verbesserten Ertragskraft in seiner aktualisierten mittelfristigen Erfolgs- und Steuerplanung davon aus, dass sämtliche noch bestehenden steuerlichen Verlustvorträge in einem als hinreichend sicher definierten Planungshorizont genutzt werden können. Daher sind in 2007 auf im Vorjahr noch nicht berücksichtigte Verlustvorträge von rund € 23 Mio. zusätzlich latente Steuern in Höhe von € 7,3 Mio. aktiviert worden.

Ein dritter Effekt ergibt sich aus der am 6. Juli 2007 vom Bundesrat gebilligten Unternehmenssteuerreform. Der Ertragsteuersatz im MEDION-Konzern wird sich aufgrund der geänderten Besteuerungsregeln ab 2008 von zuvor 40 % auf ca. 31,6 % verringern. Diese grundsätzlich positive Entwicklung führt jedoch in 2007 für den MEDION-Konzern zu einem einmaligen Buchaufwand von € 5,2 Mio. durch die entsprechend niedrigere Aktivierung latenter Steuern, insbesondere auf die noch vorhandenen Verlustvorträge.

BILANZSTRUKTUR

	Mio.€	%	Mio.€	%	Mio.€	%
	2007		2006*		+/-	
Liquide Mittel	245,2	30,2	271,2	32,2	-26,0	-9,6
Vorräte	231,4	28,5	160,8	19,1	70,6	43,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen*	208,4	25,7	273,4	32,4	-65,0	-23,8
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte*	65,8	8,2	59,6	7,0	6,2	10,4
Kurzfristige Vermögenswerte	750,8	92,6	765,0	90,7	-14,2	-1,9
Sachanlagen	34,2	4,2	36,1	4,3	-1,9	-5,3
Immaterielle Vermögenswerte	4,0	0,5	7,2	0,9	-3,2	-44,4
Latente Steuern	18,2	2,3	29,4	3,5	-11,2	-38,1
Sonstige langfristige Vermögenswerte	3,9	0,4	5,5	0,6	-1,6	-29,1
Langfristige Vermögenswerte	60,3	7,4	78,2	9,3	-17,9	-22,9
Summe Aktiva	811,1	100,0	843,2	100,0	-32,1	-3,8
Verbindlichkeiten a. Lieferungen u. Leistungen	162,4	20,0	151,1	17,9	11,3	7,5
Steuerrückstellungen	4,1	0,5	0,3	0,0	3,8	> 100,0
Übrige Rückstellungen	178,4	22,0	152,7	18,1	25,7	16,8
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten*	102,0	12,6	169,6	20,1	-67,6	-39,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten	446,9	55,1	473,7	56,2	-26,8	-5,7
Langfristige Verbindlichkeiten	4,2	0,5	3,3	0,4	0,9	27,3
Eigenkapital	385,8	47,6	366,2	43,4	19,6	5,4
abzgl. erworbener eigener Aktien	-25,8	-3,2	0,0	0,0	-25,8	--
Bilanzielles Eigenkapital (IFRS)	360,0	44,4	366,2	43,4	-6,2	-1,7
Summe Passiva	811,1	100,0	843,2	100,0	-32,1	-3,8

* Anpassung des Vorjahreswertes um die ABS-Transaktionen

Die Bilanzsumme des Konzerns verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr um 3,8 % auf € 811,1 Mio. (Die Vorjahresvergleichszahlen der Bilanz für 2006 sind aufgrund IAS 8.19 b wegen der in 2007 geänderten Bilanzierungsmethode für die ABS-Transaktionen angepasst und damit vergleichbar gemacht worden; zu Einzelheiten vgl. Konzernanhang unter 8.1.7).

MEDION verfügt über sehr solide Bilanzstrukturen, die sich im Jahr 2007 weiter verbessert haben. Das Eigenkapital (vor Erwerb eigener Aktien) hat sich aufgrund des Konzerngewinns 2007 von € 20,3 Mio. auf € 385,8 Mio. erhöht und macht damit 47,6 % (bilanziell betrachtet: 44,4 %) der Bilanzsumme aus; im Vorjahr lag die Quote bei 43,4 %. Im Verlauf des Jahres 2007 wurden eigene Aktien erworben, deren Rückkaufswert bei 1.670.551 Stück € 25,8 Mio. beträgt und die nach IFRS offen mit dem Eigenkapital saldiert ausgewiesen werden.

Die Mittelbindung im Working Capital auf der Aktivseite hat sich im Bereich der Vorräte um € 70,6 Mio. auf € 231,4 Mio. erhöht, demgegenüber sind die Forderungen mit € 208,4 Mio. um € 64,9 Mio. niedriger als im Vorjahr. Hintergrund der höheren Vorräte sind gestiegene projektbezogene Bestellvolumina für frühzeitig im 1. Quartal 2008 auszuliefernde Projekte. Die höheren Vorräte wurden auf der Passivseite nur zu € 11,3 Mio. über höhere Lieferantenverbindlichkeiten von zum Stichtag € 162,4 Mio. finanziert.

Der Konzern verfügt trotz der deutlich höheren Eigenfinanzierung der Vorräte zum Stichtag über freie Liquiditätsreserven von € 245,2 Mio.

CASHFLOW

	2007	2006	+/-	+/-
	Mio.€			%
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	28,5	-93,6	122,1	> 100,0
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0,0	91,2	-91,2	-100,0
Planmäßige Abschreibungen und andere zahlungsunwirksame Aufwendungen	6,5	8,5	-2,0	-23,5
Brutto Cashflow	35,0	6,1	28,9	> 100,0
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen*	0,1	6,1	-6,0	-98,4
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	25,7	-11,6	37,3	> 100,0
Einzahlungen für Steuern	4,1	9,0	-4,9	-54,4
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit*	64,9	9,6	55,3	> 100,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-1,5	-2,2	0,7	31,8
Free Cashflow*	63,4	7,4	56,0	> 100,0
Auszahlungen für den Erwerb eigener Aktien	-25,8	0,0	-25,8	--
Auszahlungen Dividenden	0,0	-9,2	9,2	100,0
Netto-Zahlungen Finanzverbindlichkeiten*	-63,5	146,0	-209,5	> -100,0
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit*	-89,3	136,8	-226,1	> -100,0
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-25,9	144,2	-170,1	> -100,0
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	-0,1	-0,1	0,0	0,0
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	271,2	127,1	144,1	> 100,0
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	245,2	271,2	-26,0	-9,6

* Anpassung Vorjahresvergleichszahlen aufgrund IAS 8.19b

Durch die in 2007 erreichte Verbesserung der Ertragskraft konnte der Brutto Cashflow um 28,9 Mio. auf € 35,0 Mio. gesteigert werden. Zusätzlich wurden aus dem Ergebnis € 25,7 Mio. den übrigen Rückstellungen zugeführt, die noch nicht zu Zahlungsmittelabflüssen geführt haben. Damit errechnet sich ein Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit von € 64,9 Mio., der damit um € 55,3 Mio. über dem Vorjahr liegt.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ist mit € -1,5 Mio. weiterhin gering. Primär wurden Erweiterungs- und Ersatzinvestitionen in die Betriebsausstattung sowie EDV-Hard- und -Software von insgesamt € 2,1 Mio. (Vorjahr: € 7,2 Mio.) getätigt. Dem stehen Einzahlungen aus dem Verkauf von Anlagevermögen von € 0,5 Mio. (Vorjahr: € 4,9 Mio.) gegenüber.

Der Free Cashflow liegt bei € 63,4 Mio. nach € 7,4 Mio. im Vorjahr. Der Free Cashflow pro Aktie beträgt € 1,32 pro Stück gegenüber € 0,15 pro Stück in 2006.

Durch Auszahlungen für den Erwerb eigener Aktien von € 25,8 Mio. und die Reduktion der Verbindlichkeiten aus ABS-Finanzierung (Netto-Auszahlungen Finanzverbindlichkeiten T€ -63,5) ergibt sich ein Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit von € -89,3 Mio.

Nach den Finanzmittelabflüssen aus Finanzierungstätigkeit ergab sich eine zahlungswirksame Verminderung des Finanzmittelfonds von € -26,0 Mio. auf einen Jahresendstand an freier Liquidität von € 245,2 Mio.

Stichtags-Liquidität

Dem Finanzmittelfonds von € 245,2 Mio. (Vorjahr: € 271,2 Mio.) standen zum 31. Dezember 2007 Netto-Verbindlichkeiten aus den Asset-Backed-Security-Finanzierungen in Höhe von € 83,3 Mio. (Vorjahr: € 147,6 Mio.) sowie Anleihen in Höhe von € 0,3 Mio. (Vorjahr: € 0,7 Mio.) gegenüber.

Als „Net-Cash“ ergibt sich folgender Betrag:

Werte in Mio.€	31.12.2007	31.12.2006*
Finanzmittelfonds	245,2	271,2
Abzüglich:		
Netto-ABS-Verbindlichkeiten*	83,3	147,6
kurz- wie langfristige Darlehen	0	0,8
Anleihen	0,3	0,7
	161,6	122,1

* Anpassung Vorjahresvergleichszahlen aufgrund IAS 8.19b

Der MEDION-Konzern verfügt nahezu das ganze Jahr über eine deutlich positive Netto-Cash-Position, Bankkredite müssen lediglich kurzfristig und gezielt zur Finanzierung von einzelnen großen Projektvolumina, insbesondere für das Weihnachtsgeschäft, aufgenommen werden. Die gute Liquidität im Konzern schlägt sich in dem positiven Finanzergebnis von € 1,5 Mio. nieder.

Insgesamt verfügt die MEDION AG mit dem hohen Eigenkapital (vor Erwerb eigener Aktien) von über € 385 Mio., einer entsprechenden Eigenkapitalquote von 47,6 %, der hohen Liquidität von zum Stichtag € 245,2 Mio. und dem flexiblen und kostengünstigen Finanzierungsinstrument Asset-Backed-Security-Vertrag sowie dem mittelfristig vereinbarten Projektfinanzierungsrahmen (Syndicated Loan) über gute Finanzierungsrahmenbedingungen.

5.4.1 Personalentwicklung

Im Rahmen des in 2007 fortgesetzten Effizienzsteigerungsprogramms wurden auch bei den Personalkosten weitere Einsparungen realisiert. Die Anzahl der im MEDION-Konzern in 2007 durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter hat sich umgerechnet auf Vollzeitäquivalente von 1.298 im Vorjahr um 12,3 % auf 1.138 verringert. Davon waren bei der MEDION AG und ihren inländischen Tochtergesellschaften 913 Mitarbeiter (Vorjahr: 1.057) und bei den ausländischen Gesellschaften 225 Mitarbeiter (Vorjahr: 241) beschäftigt.

Durch die Personalanpassung hat sich der Personalaufwand im Berichtsjahr im Vergleich zu 2006 (T€ 51.754) um T€ 4.772 (= 9,2 %) auf T€ 46.982 verringert.

Die Anpassungen wurden im Wesentlichen im Rahmen der üblichen Personalfuktuation und durch das Auslaufen zeitlich befristeter Arbeitsverhältnisse realisiert. Daneben wurde der Teilbereich Reparaturwerkstatt der MEDION Service GmbH geschlossen und auf einen erfahrenen Dienstleister, zu dem langjährige gute Geschäftsbeziehungen im Bereich Service bestehen, übertragen. Um diese Maßnahme für die davon betroffenen Mitarbeiter möglichst sozialverträglich umzusetzen, wurde zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat ein Interessenausgleich verhandelt und ein Sozialplan vereinbart. Neben einem allgemeinen finanziellen Ausgleich in Form von Abfindungszahlungen beinhaltet der Sozialplan zusätzliche soziale Komponenten in Abhängigkeit von den individuellen Umständen bei den einzelnen Mitarbeitern. So wurden für ältere Arbeitnehmer, die das 50. Lebensjahr vollendet haben, oder schwerbehinderte Arbeitnehmer sowie differenziert nach dem familiären Hintergrund zusätzliche Sonderzahlungen vereinbart und darüber hinaus zur Milderung von besonderen Härtefällen ein Sonderfonds zur

Verfügung gestellt. Ein weiterer wichtiger Bestandteil des Sozialplans war ein Qualifizierungsangebot für die von der Maßnahme betroffenen Mitarbeiter mit der Zielsetzung, deren Integration in den Arbeitsmarkt aktiv zu fördern. Mit der Durchführung dieser Qualifizierungsmaßnahme wurde in Abstimmung mit der zuständigen Agentur für Arbeit das BildungsCentrum der Wirtschaft GmbH in Essen beauftragt. Die Kosten für den Sozialplan beliefen sich auf T€ 691.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Veränderung der Mitarbeiterzahlen zum 31. Dezember 2007 gegenüber dem Vorjahresstichtag.

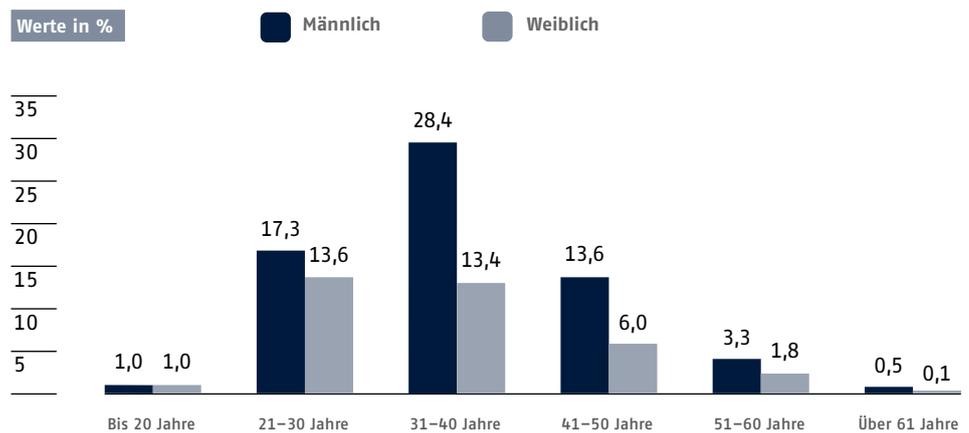
VERÄNDERUNG MITARBEITERZAHLEN (VOLLZEITÄQUIVALENTE ZUM 31.12.)

Inland	Anzahl 2007	Anzahl 2006	+/-	%
Vertrieb	226	209	17	8
Service	511	632	-121	-19
Verwaltung	124	113	11	10
	861	954	-93	-10
Ausland				
Vertrieb	32	31	1	3
Service	183	160	23	14
Verwaltung	17	23	-6	-26
	232	214	18	8
Gesamt				
Vertrieb	258	240	18	8
Service	694	792	-98	-12
Verwaltung	141	136	5	4
	1.093	1.168	-75	-6

5.4.2 Struktur

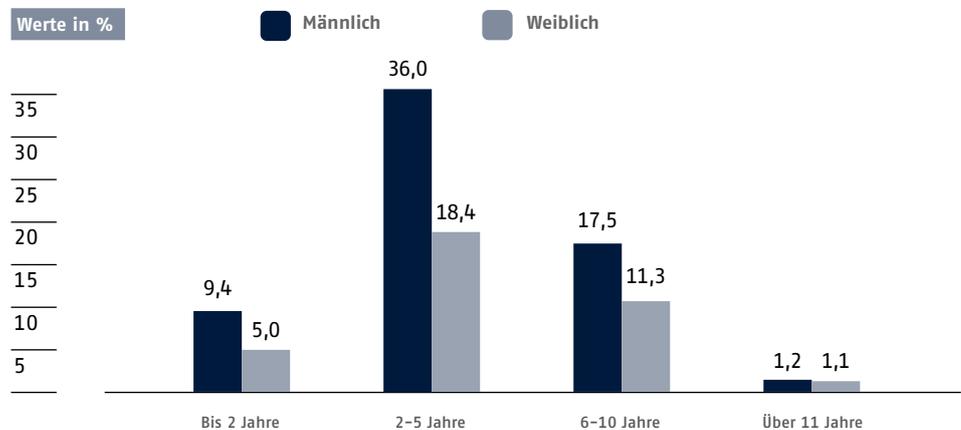
Aufgrund des rasanten Unternehmenswachstums in den Jahren bis 2004 und des damit verbundenen schnellen Personalaufbaus weisen die bei MEDION beschäftigten Mitarbeiter ein junges Durchschnittsalter und eine relativ kurze Beschäftigungsdauer auf. Im Berichtsjahr waren bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften 35,9 % Frauen (Vorjahr: 34,5 %) und 64,1 % Männer (Vorjahr: 65,5 %) beschäftigt. Das Durchschnittsalter hat sich im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig verändert und lag in 2007 bei 35,7 Jahren (2006: 34,2). 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 2007 bei ca. 4,9 Jahren (2006: 4,3 Jahre).

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT



Der Krankenstand im Bereich der MEDION AG lag im Berichtsjahr bei 3,3 % (Vorjahr: 2,6 %) und damit unter dem Bundesdurchschnitt von 3,8 % (Vorjahr: 3,3 %).

5.4.3 Wesentliche Vereinbarungen

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 im Geschäftsjahr 2007 wie auch bereits in den Vorjahren 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 keiner der von der Teilbetriebsschließung der Reparaturwerkstatt betroffenen Mitarbeiter eine Kündigungsschutzklage erhoben hat.

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 erbringen. 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 des Arbeitseinsatzes 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 Aktionsgeschäfts 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 MEDION AG hat im Berichtsjahr im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung ein Projekt zum Nichtraucherschutz aufgesetzt. Im Zuge des am 1. September 2007 verabschiedeten Gesetzes zum Nichtraucherschutz unterstützt MEDION interessierte Mitarbeiter finanziell bei der Raucherentwöhnung durch anerkannte medizinische Verfahren.

Die Vergütungssysteme wurden den sich wandelnden Erfordernissen angepasst. Das bereits 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 in der Folgezeit im Hinblick auf die dadurch angestrebte qualitative Verbesserung des Service 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 36 Mitarbeiter (Vorjahr: 45) teil. Damit konnte erfolgreich an die positive Entwicklung des Vorjahres angeknüpft werden. 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.

Im Rahmen der im Unternehmen implementierten Compliance-Grundsätze zum Umgang mit nicht öffentlich bekannten Informationen aus dem betrieblichen Umfeld wurden im Berichtsjahr insgesamt 53 Mitarbeiter, die als so genannte Insider gemäß dem Leitfaden der

Bundesagentur für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) im so genannten Insiderverzeichnis geführt werden, in einer Schulungsmaßnahme über die neuesten gesetzlichen Bestimmungen informiert.

MEDION beteiligt sich aktiv an der betrieblichen Ausbildung junger Menschen. Im Jahr 2007 waren insgesamt 33 (Vorjahr: 33) Auszubildende bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften beschäftigt, davon 12 Kaufleute im Groß- und Außenhandel, 4 Kaufleute der Bürokommunikation, 4 Mediengestalter für Digital- und Printmedien, sowie 3 IT-System-Elektroniker. Nach bestandener Abschlussprüfung konnten 14 Auszubildende aus verschiedenen Ausbildungsgängen in unterschiedliche Abteilungen der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften übernommen werden. Ein Mitarbeiter durchlief im Jahr 2007 einen dualen Ausbildungsgang zum Diplom-Betriebswirt Business-Administration.

Erstmals wurde im Berichtsjahr die Ausbildung zum/zur Kaufmann/-frau im Dialogmarketing angeboten. In diesem Ausbildungsgang waren in 2007 insgesamt 9 Auszubildende beschäftigt.

5.5 Forschung und Entwicklung

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. In 2007 wurden unter anderem die Aktualisierungen der Software für mobile Navigationsgeräte wie auch die Integration von Multimedia-Anwendungen in Desktop-PCs und Notebooks von MEDION-Ingenieuren gemeinsam mit Partnern internationaler Konzerne weiterentwickelt.

5.6.1 Corporate Governance / 5.6.2. Vorstandsvergütungen

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 14. Juni 2007.

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 im 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.“

5.6.2 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 ausbezahlt. 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. Bemessungsgrundlage für die Tantieme im jeweiligen Geschäftsjahr ist der Jahresüberschuss der MEDION AG, vermindert um Beträge, die nach Gesetz oder Satzung aus dem Jahresüberschuss in Gewinnrücklagen einzustellen sind. Auf die Bemessungsgrundlage werden in Abhängigkeit zur Entwicklung des Jahresüberschusses im Vergleich zum Vorjahr festgelegte und nach oben begrenzte Tantiemeprozentsätze angewandt.

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 auf Anmerkung (19) verwiesen. Im Berichtsjahr erfolgte aus dem MIP keine Leistung an den Vorstand.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Vorstandes für die Tätigkeit im Geschäftsjahr 2007 T€ 1.637; der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 784. In den Vorjahren hatten die Vorstandsmitglieder individuell auf Gehaltsbestandteile verzichtet, dies ist bei Herrn Brachmann auch in 2007 der Fall.

Die Einzelheiten der Vergütung der Vorstandsmitglieder sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

2007 Werte in T€	Fixum	Nebenleistungen	Tantiemen	Gesamt	Auflösung/ Zuführung Pensions- rückstellung
Gerd Brachmann	364	22	306	692	-124
Christian Eigen	325	22	217	564	-100
Dr. Knut Wolf	200	21	160	381	0
Gesamtsumme	889	65	683	1.637	-224

2006 Werte in T€	Fixum	Nebenleistungen	Tantiemen	Gesamt	Auflösung/ Zuführung Pensions- rückstellung
Gerd Brachmann	6	22	0	28	263
Christian Eigen	292	23	40	355	121
Dr. Knut Wolf	200	21	180	401	0
Gesamtsumme	498	66	220	784	384

In der obigen Tabelle sind Einzelheiten zu den Auflösungen/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. Lebensjahres, ohne dass es Gründe in der Person des Vorstandsmitgliedes gegeben hätte, wird ein Übergangsgeld, auf das anderweitige Bezüge anzurechnen sind, bis zum Eintreten der Voraussetzungen zur Zahlung des Ruhegeldes bzw. der Hinterbliebenenversorgung geleistet.

Im Berichtsjahr haben sich die Pensionsrückstellungen für die Vorstandsmitglieder um insgesamt T€ 224 auf T€ 2.084 reduziert. Diese Veränderung setzt sich aus den so genannten Dienstzeitaufwendungen (Service-Cost) von T€ 217, den Zinsaufwendungen (Interest-Cost) von T€ 97 sowie den verrechneten versicherungsmathematischen Gewinnen von T€ 538 zusammen. Letztere erfassen die Auswirkung des gemäß IAS 19.78 angepassten Diskontierungszinssatzes als Basis der versicherungsmathematischen Berechnung.

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

5.6.3 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 2007 T€ 199. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 135. In individualisierter Form setzt sich die Vergütung für 2007 wie folgt zusammen.

	Dr. Stützle Vorsitzender	Dr. Vater Stellv. Vorsitzender	Hr. Julius Mitglied			Gesamt
2007 Werte in €						
Zugehörigkeit	12 Monate	12 Monate	12 Monate			
Vergütung, variabel	14.222,10	14.222,10	14.222,10			42.666,30
Vergütung, fix	30.000,00	30.000,00	30.000,00			90.000,00
Summe	44.222,10	44.222,10	44.222,10			132.666,30
Faktor	x 2	x 1,5	x 1			
Gesamtsumme	88.444,20	66.333,15	44.222,10			198.999,45

	Dr. Stützle Vorsitzender	Dr. Vater Stellv. Vorsitzender	Hr. Julius Mitglied	Dr. Eckert Stellv. Vorsitzender	Hr. Schindelhauer Mitglied	Gesamt
2006 Werte in €						
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.

5.7.1 Risikomanagement / 5.7.2 Risikomanagementsysteme

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

Im Rahmen des Risikomanagementprozesses sind die verantwortlichen Personen in den verschiedenen Geschäftsbereichen verpflichtet, die spezifischen Risikofelder im eigenen Aufgabenbereich zu beobachten, die Risikoausprägungen zu messen und das Eingehen unangemessener Risiken zu vermeiden. Sie berichten die Risikoposition in regelmäßigen Abständen unter Zuhilfenahme der unternehmensinternen Kontrollsysteme an das Controlling und bei Bedarf unmittelbar und ad hoc an die Unternehmensleitung.

5.7.2 Risikomanagementsysteme

Das Risikomanagement des MEDION-Konzerns ist auch in 2007 weiterentwickelt worden. Die bereits im Vorjahr eingeleitete Zusammenfassung der beiden Instrumente Controllingssystem und Frühwarnsystem unter dem Dach eines neuen Strategischen Controllings ist konsequent fortgeführt worden.

Zu Beginn des Jahres 2007 wurde ein neu strukturiertes und integratives Management-Informationssystem eingeführt, welches die Basis für neu konzipierte Review- und Monitoring-Prozesse bildet. Aus diesen heraus wurde auch das Frühwarnsystem weiterentwickelt, mit dem eine enge Verzahnung zwischen operativen Kennzahlen und der Messbarkeit eingeleiteter Veränderungen und strategischer Maßnahmen nachhaltig abgesichert ist. Dokumentiert wird dieses in einer neuen flexiblen Balanced Scorecard, die im Rahmen laufender Projekte weiterentwickelt und somit auch als dynamisches Informations- und Steuerungsinstrument genutzt wird.

Wesentliche weitere Säulen des integrierten MEDION-Risikomanagementsystems sind das interne Kontrollsystem und die Revision.

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 der Basis konkret vereinbarter Projekte prozessunabhängige Kontrollen in allen Unternehmensbereichen durch. Der Revisionsplan wird zwischen Vorstand und Aufsichtsrat besprochen und abgestimmt. Dabei hat es sich bewährt, die Kontrollen aufgrund der höheren aufgabenspezifischen Fachkompetenz, Objektivität und Unabhängigkeit durch in den jeweiligen Untersuchungsfeldern erfahrene externe Dienstleister durchführen zu lassen, die unmittelbar an den Vorstand berichten.

5.7.3 Absatzbezogene Risikoposition

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 Konsumentenmarkt 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. Daneben wird über die Homepage des Medionshops der Direktverkauf von Produkten angeboten. 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 geringere Umsatzvolumina zeigen.

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. Aufgrund des Absatzschwerpunktes über große Handelsketten ist MEDION wesentlich von der Kaufneigung der Verbraucher und den darauf gerichteten Absatzerwartungen seiner großen Kunden in diesem Marktsegment abhängig. Nach dem schwierigen Jahr 2006 mit einer unerwartet ungünstigen Absatzentwicklung im zweiten Halbjahr 2006 haben sich die Markteinschätzung und die Absatzerwartungen unserer wesentlichen Kunden nach einem noch verhaltenen Start im ersten Halbjahr 2007 im weiteren Verlauf des Jahres 2007 deutlich stabilisiert und verbessert. Aktuell ist vor dem Hintergrund des zwar moderateren, aber insgesamt weiterhin stabilen Wirtschaftswachstums und der günstigen Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt mit den positiven Effekten auf die verfügbaren Arbeitseinkommen nicht davon auszugehen, dass die Konsumnachfrage sinkt und sich die aktuell optimistischere Haltung unserer Kunden ändert. Sofern sich jedoch die konjunkturellen Risiken verdichten und die Konsumneigung der Verbraucher verschlechtern sollte, könnte es zu Veränderungen im Bestellverhalten der Kunden mit durchaus hohen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von MEDION kommen. Andererseits bestehen derzeit durchaus realistische Chancen, dass die aktuell steigenden Arbeitseinkommen

vor dem Hintergrund der zuvor über längere Zeit ausgeübten Kaufzurückhaltung zu einer höheren Nachfrage und damit zusätzlichen Absatzchancen für MEDION-Produkte führen.

Die MEDION-Kunden gehören im Wesentlichen zu den Top 20 des internationalen Retail-Marktes. Durch den Projektcharakter des Geschäftes werden mit einzelnen Kunden in kurzen Zeiträumen hohe Umsatzvolumina realisiert. Sofern einzelne Kunden oder Projekte neu hinzugewonnen werden können oder wegfallen, kann dies zu signifikanten Umsatzveränderungen zum Positiven wie auch zum Negativen führen. Dabei ist MEDION aufgrund seiner führenden Wettbewerbsposition und des guten Verhältnisses von Qualität, Attraktivität und Preis der Produkte national wie international ein attraktiver Partner und verfügt über stabile Kundenbeziehungen. Es ist derzeit nicht ersichtlich, dass wesentliche Kunden ihre Geschäftsverbindung zu MEDION lösen werden.

Den im Bereich hochwertiger Produkte der Consumer-Electronics aufgrund der dynamischen technologischen Entwicklung typischerweise innewohnenden Bestandsrisiken der technologischen Veralterung und damit verbundenen Abwertungsrisiken begegnet MEDION durch eine strikte Anwendung des Build-to-Order-Prinzips. Bei den Vorratsbeständen handelt es sich daher im Wesentlichen um bereits fest disponierte Ware im Projektgeschäft bzw. um Serviceware für Reparatur und Austausch im After-Sales-Service-Prozess. Die für den Direktverkauf bereitgestellte Ware beruht auf einer rollierenden, den täglich ermittelten Abverkäufen angepassten Bedarfsplanung mit kurzen Produktzyklen. Damit werden eine kurze Zeitspanne zwischen Beschaffung und Absatz und eine an den aktuellen Absatzchancen orientierte große Flexibilität im Produktmix erreicht und damit die Bestandsrisiken auf ein Mindestmaß begrenzt. Die Bestandsdisposition und -bewertung wird durch ein prozessunabhängiges Bestandscontrolling überwacht und gesteuert.

Bei den MEDION-Handelskunden 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. MEDION hat in Zusammenarbeit und im Einvernehmen mit den Handelskunden Modelle entwickelt und vereinbart, um Missbräuche im Retourenprozess zu verhindern und die Risiken aus der Rückgabe einwandfreier Waren zu begrenzen. Im Hinblick auf die Zweitvermarktung von Retourenwaren hat MEDION durch ein gezieltes Retourenmanagement die Prozesssteuerung und die Abverkaufskanäle über Dritte

optimiert und ergänzend dazu durch den MEDION-Outlet-Store und den Abverkauf über den Medionshop im Internet eigene Vertriebswege für Retourenwaren sowie B-Waren und Überhangbestände geschaffen. Durch dieses Bündel von Maßnahmen konnten die Ergebnisbelastungen aus dem Retourenaufkommen in 2007 deutlich reduziert und die Risikoposition konnte wesentlich verbessert werden.

Aufgrund der weltweit ausgebauten Produktionskapazitäten, denen zwar Wachstumsraten beim Absatz von Notebooks und mobilen Navigationsgeräten, jedoch rückläufige Absatzzahlen von Desktop-PCs und analogen TVs 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.

5.7.4 Betrieb

Produktidee

Kern des MEDION-Geschäftsmodells ist die Vermarktung von attraktiven und zunehmend designorientierten Trendprodukten mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis an breite Käuferschichten. Neue Produkte schaffen neue Absatzchancen, sind jedoch erst nach einer gewissen Zeit in Abhängigkeit des individuellen Produktlebenszyklus ausgereift und preislich für den Massenmarkt tauglich. Ältere Produkte unterliegen bei dem schnellen technologischen Wandel dem Risiko der technischen Veralterung, verlieren damit schnell an Attraktivität und sind damit einem hohen Preisverfall ausgesetzt. 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 eine Vielzahl von Ideen generiert und an die Kunden herangetragen. Daneben werden ständig die neuesten Erkenntnisse der Marktforschung ausgewertet und durch eigene Präsenz auf wichtigen Messen und im unmittelbaren Kontakt mit innovativen und potenten Herstellern aktiv neue attraktive Produktideen gesucht. Im MEDION-Produkt-

management 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 Logistikdienstleistungen sind hinsichtlich Verfügbarkeiten und Preisen teilweise volatil. Strukturell ist der Markt dabei von einem allgemeinen Preisverfall bei wichtigen Bauteilen und Komponenten (z. B. Speicherkomponenten und CPUs) geprägt, der teilweise durch die Entwicklung der Fremdwährungsparitäten gegenüber dem Dollar und dem Britischen Pfund noch verstärkt wird. Da die Preisentwicklungen auf dem Beschaffungsmarkt unmittelbar auch auf die Absatzpreise durchschlagen, führt diese Entwicklung zu tendenziell sinkenden Stückpreisen in vielen wesentlichen MEDION-Produktbereichen und zu einem entsprechenden preisbedingten Druck auf die Umsatzentwicklung.

Potentielle Risiken könnten sich durch Lieferengpässe bei Hauptlieferanten ergeben und zu Preisrisiken und ggf. Umsatzeinbußen führen. MEDION verfügt jedoch aufgrund des großen, über viele Jahre hinweg gewachsenen Einkaufsnetzwerkes über sehr stabile Lieferantenbeziehungen und wird bedingt durch die hohen Beschaffungsvolumina in der Regel als A-Kunde eingestuft und bei Kapazitätsengpässen bevorzugt beliefert.

Weitere potentielle Risiken können durch Qualitätsmängel bei den Produkten erwachsen und 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, die grundsätzlich das Qualitätsrisiko tragen. Um eine größtmögliche Sicherheit hinsichtlich der Produktqualität zu gewährleisten und Probleme möglichst in einem frühen Stadium des Projektes zu erkennen und ggf. frühzeitig gegensteuern zu können, führt MEDION vor, während und nach der Produktion eigene Qualitätskontrollen zumeist vor Ort beim Lieferanten durch.

MEDION bezieht weite Teile seiner Produkte und Komponenten von Lieferanten, deren Betriebsstätten in Asien liegen. Daraus können sich diverse Länderrisiken, 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. Dabei 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.

Neben der professionellen Projektabwicklung im Verkaufs- und Beschaffungsprozess ist ein hocheffizienter und verlässlicher After-Sales-Prozess der wesentliche Erfolgsfaktor für den nachhaltigen Markterfolg. Bei Beeinträchtigung der Servicequalität kann es zu Imagebeeinträchtigungen und negativen Folgen für die Kundenbeziehungen, das Ansehen und die Akzeptanz der Marke MEDION kommen. Um im Bereich der After-Sales-Prozesse ein hohes Qualitätsniveau zu gewährleisten, werden nur erfahrene Dienstleister eingesetzt. Die Auftragsabwicklung werden laufend dokumentiert und die Arbeitsergebnisse und die Effektivität über ein parallel laufendes Qualitätsmanagementsystem überwacht und optimiert. Dadurch ist es über lange Jahre hinweg gelungen, bei den Partnern im Handel und bei den Endkunden ein großes Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von MEDION-Produkten und in den MEDION-Service aufzubauen.

Datenverarbeitung

Für das Funktionieren des Projektgeschäftes und des After-Sales-Service sind effiziente und sichere EDV-Lösungen unerlässlich. Im Falle nicht funktionierender EDV-Prozesse könnte die zeitgerechte Projektabwicklung gefährdet werden und könnten ggf. weitere wesentliche Beeinträchtigungen des Geschäftsablaufes eintreten. Im Zuge der zunehmenden EDV-Prozessintegration kommt dabei auch der Einbeziehung der Systeme und Schnittstellen zu Lieferanten, Service-Providern und Kunden besondere Bedeutung zu. Die bei MEDION und den in die Wertschöpfungskette einbezogenen Partnern eingesetzten Informationstechnologien werden von eigenen und externen EDV-Profis ständig überprüft und aktualisiert. Die Systeme zur Informationssicherheit werden laufend weiterentwickelt. Darüber hinaus werden Reviews für die EDV-Prozessqualität und -Sicherheit von externen Prüforganisationen durchgeführt. Dadurch wird ein größtmögliches Maß an Sicherheit für die Abwicklung von IT-gestützten Geschäftsprozessen gewährleistet.

Logistik

Da sich MEDION in wesentlichen Umsatzbereichen auf das Projektgeschäft konzentriert, kommt der Fähigkeit, die Produkte innerhalb eines vertraglich vereinbarten Zeitfensters an die Kunden auszuliefern, besondere Bedeutung zu. 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.

Außerhalb des Projektgeschäftes erfolgt die Distribution von Waren mit national und international erfahrenen Logistik-Partnern. Zu diesen Partnern bestehen individuelle Vertragsbeziehungen, in denen unter anderem auch die Standards für die Servicequalität und Sicherheit festgelegt sind.

Die Servicequalität und Sicherheit der Logistik-Prozesse und die Einhaltung der vertraglich festgelegten Standards werden über das Risikomanagementsystem laufend überwacht.

5.7.5 Recht

MEDION ist als Hersteller und Lieferant von Personal Computern, Notebooks und Laptops dem Risiko unterworfen, dass möglicherweise Verwertungsabgaben für in der Vergangenheit ausgelieferte Personal Computer, Notebooks und Laptops 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 rechts-hängig. Kurz vor Ende des Jahres 2005 hat auch die Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) als Vertreter der Urheber von Film- und Musikwerken einen Antrag bei der Schiedsstelle des Deutschen Patent- und Markenamts gegen ca. 20 Hersteller und Händler von PCs auf Zahlung einer weiteren zusätzlichen pauschalen Urheberrechtsabgabe von € 18,42 je verkauftes Gerät eingereicht. Der Einigungsvorschlag der Schiedsstelle wurde sowohl von der ZPÜ als auch von den betroffenen Herstellern abgelehnt, so dass zwischenzeitlich die ZPÜ entsprechende Klage beim zuständigen Oberlandesgericht München eingereicht hat. 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 Urheberrechtsabgaben 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.

Allgemein ist festzustellen, dass von verschiedenen Seiten verstärkt Ansprüche wegen angeblicher Verletzung von Lizenzen und anderer gewerblicher Schutzrechte geltend gemacht werden. Dies erfolgt teilweise durch die Schutzrechtsinhaber selbst, teilweise werden die Ansprüche auch kommerziell über Dritte, insbesondere über darauf spezialisierte Rechtsanwälte, geltend gemacht. Die behaupteten Schutzrechtsverletzungen und Ansprüche werden in den allermeisten Fällen als nicht gerechtfertigt beurteilt. Um die Risiken für MEDION daraus weitestmöglich zu begrenzen, vereinbart MEDION im Einkaufsbereich, wenn möglich, mit den Lieferanten, dass diese für eine mögliche Verletzung von Schutzrechten Dritter für die gelieferte bzw. hergestellte Ware allein verantwortlich sind und MEDION von allen diesbezüglichen Ansprüchen freigestellt wird.

5.7.6 Finanzen

Die MEDION-typische Ausrichtung auf das Projektgeschäft erfordert für kurze Zeiträume die Verfügbarkeit von erheblichen Finanzmitteln zur Vorfinanzierung großvolumiger Aufträge. Fehlende Finanzierungsmöglichkeiten könnten ansonsten 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 Eigenkapitalausstattung gemäß Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 von € 360 Mio. und der hohen freien Liquidität von zum Abschlussstichtag über € 245 Mio. beschränkt sich der Finanzkreditbedarf von MEDION nahezu ausschließlich auf die kurzfristige Abdeckung von Finanzierungsspitzen bei großvolumigen Projekten im klassischen Saisongeschäft. MEDION stehen mit der Finanzierung über forderungsbasierte Asset-Backed-Security-Programme sowie durch zusätzliche Fremdfinanzierungslinien bei Banken über einen sog. Syndicated Loan ausreichende, flexible und kostengünstige Finanzierungsinstrumente 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-Dollar und teilweise in britischen Pfund 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.

5.7.7 Personal

Der Wettbewerb um hoch qualifizierte Führungskräfte und technisches Personal ist in der Consumer-Electronics-Branche nach wie vor sehr hoch. Gerade im Projektgeschäft stellen erfahrene, gut ausgebildete Mitarbeiter die wichtigste Ressource dar. Daher muss auf die Bindung von Know-how-Trägern an das Unternehmen durch geeignete Maßnahmen besonderes Gewicht gelegt werden.

Nur gut geschulte und qualifizierte Mitarbeiter können Risiken beherrschen und vermeiden. Daher fördert MEDION gezielt die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter.

Um bei einem Personalwechsel die Einarbeitung neuer Mitarbeiter zu erleichtern und Probleme durch Know-how-Verluste möglichst zu vermeiden, sind im Rahmen des Workflow-Managements alle unternehmensinternen Prozesse so dokumentiert, dass sie personenunabhängig ausgeführt werden können.

Insgesamt arbeitet bei MEDION ein motiviertes und hochprofessionelles Team – eine gesunde Mischung aus erfahrenen Mitarbeitern, die das Unternehmen schon lange begleiten, jungen Kolleginnen und Kollegen, die ihre berufliche Karriere bei MEDION beginnen, und Kollegen, die aus anderen Unternehmen zu MEDION gekommen sind und mit ihren Erfahrungen zum Unternehmenserfolg beitragen.

5.7.8 Gesamtrisikosituation

Der MEDION-Konzern hat in 2007 mit der erreichten Effizienzsteigerung in den betrieblichen Kostenbereichen, der Bereinigung des Produktportfolios und mit der erfolgreichen Marketing- und Designoffensive seine Anpassungsfähigkeit auch in schwierigen Zeiten unter Beweis gestellt und die Profitabilität wiederhergestellt.

Die Rohertragsmarge konnte von 9,9 % im Vorjahr auf 11,4 % in 2007 verbessert werden. Die Personalaufwendungen konnten um € 4,8 Mio. (= -9,3 %), die Vertriebskosten (ohne die zusätzlichen Investitionen in Werbemaßnahmen) um € 4,1 Mio. (= -5,9 %) und die Betriebs- und Verwaltungskosten um € 2,1 Mio. (= -9,1 %) reduziert werden. Parallel dazu wurden die Investitionen in Marketing und Produktwerbung um € 19,3 Mio. auf € 27,5 Mio. mehr als verdreifacht, und trotz der dadurch erhöhten Aufwendungen wurde ein operatives Ergebnis (EBIT) von € 28,5 Mio. nach € +6,4 Mio. im Vorjahr (vor Sonderaufwendungen) erzielt.

Insgesamt konnte die Gesamtrisikosituation damit entscheidend verbessert werden. Die Attraktivität der Marke MEDION und der einzelnen Produkte wurde durch ein verbessertes Design und die verstärkten Marketingaktivitäten gesteigert und die Marktposition von MEDION dadurch weiter gefestigt.

Im Rahmen der Bilanzierung wurde allen erkennbaren Risiken angemessen Rechnung getragen. Der Konzern verfügt über ein positives Eigenkapital (vor Erwerb eigener Aktien) von € 385,8 Mio. (Eigenkapitalquote = 47,6 %), ist unverschuldet und verfügt über eine positive Netto-Finanzposition von € 161,6 Mio. (Vorjahr: € 122,1 Mio.).

Damit sind nach Einschätzung des Vorstandes zum gegenwärtigen Zeitpunkt und für die absehbare Zukunft keine Risiken erkennbar, die den Bestand des Unternehmens gefährden können.

Prognosebericht

Für die deutsche Volkswirtschaft, dem mit einem Inlandsanteil von über 67 % mit Abstand wichtigsten Markt von MEDION, geht die Bundesregierung davon aus, dass diese auch in 2008 weiter wachsen wird. Die Zunahme des realen Bruttoinlandsproduktes soll 1,7 % betragen.

Auch die Zahl der Erwerbstätigen soll im Jahresdurchschnitt um 280.000 Personen weiter steigen und die Arbeitslosigkeit im Jahresdurchschnitt um 330.000 Personen sinken. Die dadurch erwarteten positiven Effekte auf die Binnennachfrage werden damit zunehmend zum treibenden Faktor. Demgegenüber lassen die außenwirtschaftlichen Impulse aufgrund der Unsicherheiten durch die US-Immobilienkrise, dem erwarteten weiteren Abschwächen der US-Konjunktur und des nach wie vor hohen Ölpreises nach.

Durch sein hohes Gewicht von ca. 40 % der Gesamtnachfrage beeinflusst der private Konsum die gesamtwirtschaftliche Entwicklung maßgeblich. Dabei werden die Rahmenbedingungen für den privaten Konsum positiv beurteilt. Für das Jahr 2008 geht die Bundesregierung auf Basis der bereits vorliegenden Tariflohnabschlüsse und der verbesserten Beschäftigungslage auf dem Arbeitsmarkt davon aus, dass sich Bruttolöhne je Arbeitnehmer um durchschnittlich 2,4 % und die Arbeitseinkommen insgesamt um 3,1 % erhöhen werden. Vor diesem Hintergrund wird erwartet, dass sich die Konsumausgaben der privaten Haushalte in 2008 um 2,0 % erhöhen werden; in 2007 betrug der Anstieg der Konsumausgaben lediglich 1,7 %.

ECKWERTE DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	2006	2007	2008 Jahresprojektion
Bruttoinlandsprodukt (real)	2,9	2,5	1,7
Konsumausgaben der privaten Haushalte	1,4	1,7	2,0
Bruttolöhne und -gehälter insgesamt	1,5	3,1	3,1
Bruttolöhne und -gehälter je Arbeitnehmer	0,9	1,3	2,4
Arbeitslosenquote in % (Abgrenzung der BA)	10,8	9,0	8,2

5.8.2 Marktentwicklung im Bereich der Consumer-Electronics

Nach Einschätzung der Marktforscher² von GfK, gfu und ZVEI wird der Gesamtmarkt der Consumer-Electronics in Deutschland trotz des erreichten sehr hohen Umsatz- und Absatzniveaus auch in 2008 weiter wachsen. Die Prognose liegt bei einem Wachstum von mehr als 2 % auf ein Marktvolumen von über € 23,7 Mrd. Wesentliche Wachstumsfelder und die stärksten Impulse werden auch weiterhin im Bereich der flachen Fernsehgeräte und der hochauflösenden Technik (HDTV) erwartet. Bei der technischen Entwicklung in hochauflösenden DVD-Formaten herrscht jetzt Klarheit, die Blu-ray-Technik wird zum Branchenstandard und die entsprechenden Endgeräte werden für zusätzliche Dynamik bei der Nachfrage im HDTV-Sektor und bei den hochauflösenden Quellen wie digitalen Kameras, Camcordern und Spielkonsolen führen. Insbesondere werden auch für den Bereich mobiler Technik wie Kameras, portable Videoplayer und Navigation bis hin zu Smartphones und Notebooks weiter Zuwächse erwartet. Dabei wird sich der Trend zu technologisch anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen Produkten weiter fortsetzen.

Das mögliche weitere Wachstum in den für MEDION relevanten zentraleuropäischen Ländern hängt von der Entwicklung der Konsumausgaben, insbesondere in den Ländern Italien, Frankreich und Großbritannien, ab. Hier ist noch nicht absehbar, ob 2008 mit Steigerungen bei den Konsumausgaben gerechnet werden kann, so dass die Prognose für den Absatz von Produkten der Unterhaltungselektronik in diesen Ländern zurückhaltend ausfällt und eher von einem stagnierenden Niveau ausgegangen werden muss.

Insgesamt ist der Markt im Bereich der Consumer-Electronics-Produkte weiterhin geprägt von der Digitalisierung und Konvergenz. Konvergenz bedeutet dabei das Verschmelzen der bislang unterschiedlichen Märkte Unterhaltungselektronik, Medien, Informationstechnologie und Telekommunikation. Basis hierfür ist die digitale Technik, die zum einen die Vernetzung unterschiedlicher Produktgruppen ermöglicht und zum anderen die Nutzung digitaler Komponenten in unterschiedlichen Produktbereichen (z. B. Kamerafunktionen in Mobiltelefonen, mobile Navigationsgeräte mit MP3-Abspielfunktionen, Notebooks als HD-Fernseher) erlaubt.

Dabei werden die durch die digitale Technik eröffneten neuen Produktwelten mit immer kürzeren Produktlebenszyklen auf den Markt gebracht, da der technische Fortschritt leistungsfähigere Produkte und Systeme in immer kürzeren Intervallen hervorbringt.

Wachstumsfelder der Consumer-Electronics werden in 2008 und danach in dem für MEDION relevanten Marktumfeld sein:

- HDTV-Geräte mit einer Auflösung von 1080x1920 Bildpunkten (Full HD)
- mobile Multimedia-Produkte, wie Notebooks mit hohen Speicherkapazitäten und hochauflösenden Grafikkarten

² Die Angaben basieren auf der am 21. Februar 2008 veröffentlichten Markteinschätzung der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu).

Bei der Vermarktung von Consumer-Electronics-Produkten werden sich auch in 2008 und danach die Diversifizierungen der Vertriebswege in den klassischen CE-Fachhandel, bei SB- und Discountermärkten sowie dem E-Commerce über das Internet weiter fortsetzen. Im Bereich des E-Commerce spielt dabei auch zunehmend der so genannte Download von Musik- und Videodateien eine Rolle. Allein in Deutschland wurden in 2007 ca. 35 Mio. Einzelsongs und Alben über das Internet heruntergeladen. Die entsprechende Zahl wird in 2008 deutlich über 40 Mio. liegen.

Der Markt für PCs und Notebooks wird auch in 2008 aufgrund der hohen Ausstattungsdichte der Haushalte von neuen technologischen Innovationen und dem Ersatzbedarf bestimmt sein. Während Desktop-PCs sowohl bei Stückzahlen als auch beim Umsatz nicht mehr wachsen, wird bei Notebooks hinsichtlich der Stückzahlen auch in 2008 nochmals eine weitere Zunahme unterstellt. Entscheidend hierfür sind die Akzeptanz des neuen Windows Betriebssystem Vista und die damit einhergehenden vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten bei hoher Speicherkapazität und schnellen Prozessoren, auch bei mobilen Endgeräten.

Die Veränderungen in der Unterhaltungselektronik durch das Internet beruhen nicht nur auf einer zunehmenden Digitalisierung der Endgeräte, sondern auch auf den neuen Geschäftsideen und Marketingplattformen (wie z. B. Suchmaschinen) der in den letzten Jahren neu entstandenen Medienunternehmen.

Es wird in Zukunft immer mehr klassische Produkte der Unterhaltungselektronik geben, die auch Zugang zum Internet haben. Dies stellt neue Anforderungen an die Hersteller von Unterhaltungselektronik, leistungsstarke Prozessoren in ihren Geräten zu integrieren. Mit dem Ausbau einer flächendeckenden Infrastruktur für das drahtlose Breitbandinternet wird sich der Trend zu kompakten und leistungsstarken Notebooks noch verstärken. Hochleistungsprozessoren für Desktop-PCs sind gefragt, wenn es um die Darstellung von 1080p bei Videoformaten in 7.1 Surround Sound geht, bei hochauflösenden 3-D-Grafik-Elementen und vernetzten Online-Spielen, aber auch um parallele Anwendungen in der Audio- und Videoverarbeitung ermöglichen zu können.

MEDION als eines der ganz wenigen Unternehmen weltweit mit einem umfassenden Angebot von Produkten der klassischen Unterhaltungselektronik und der Informationstechnologie kann damit die Herausforderungen des digitalen und vernetzten Internet-Weltmarktes mit anwenderfreundlichen Produktangeboten im Projektgeschäft bereits in 2008 umsetzen.

5.8.3 Unternehmensentwicklung und Geschäftsmodell

MEDION hat durch die konsequente Umsetzung des auf Effizienz- und Attraktivitätssteigerung ausgerichteten Maßnahmenpaketes die damit verfolgten Ziele erreicht, ist wieder profitabel und hat die zum Jahresbeginn 2007 prognostizierten Erwartungen hinsichtlich Umsatz- und Ergebnisentwicklungen für 2007 und 2008 bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr erfüllen und sogar übertreffen können.

MEDION wird den erfolgreich eingeschlagenen Kurs in 2008 konsequent weiterverfolgen.

Wesentlicher Baustein auf dem Weg der Weiterentwicklung war und 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-Leistungs-Verhältnis und einem exzellenten Design.

MEDION-Produkte und -Dienstleistungen überzeugen im Inland sowie im Ausland durch beste Testergebnisse und die Marke MEDION hat an Bedeutung und Wertschätzung gewonnen. MEDION verfügt neben Deutschland im gesamten Euroraum einschließlich Skandinavien und England über eine flächendeckende Präsenz mit exzellent aufgestellten und hochprofessionell arbeitenden Vertriebs- und Serviceeinheiten. Dies sind gute Voraussetzungen, das Geschäft im Inland wie auch im Ausland erfolgreich weiterzuentwickeln und auszubauen. Mittelfristig verfolgt MEDION dabei das Ziel, in den bereits erschlossenen Märkten in Europa wieder zu wachsen und insgesamt im Ausland rund 40 % des Umsatzes zu erwirtschaften.

Moderates Wachstum bei Umsatz und Ertrag

Die zukünftige Entwicklung von MEDION als einem führenden Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Consumer-Electronics für den Massenmarkt hängt neben der effizienten und konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher ausgerichteten Strukturen und Produkte des Unternehmens in hohem Maße davon ab, wie sich der konjunkturelle Rahmen und die Konsumneigung der Verbraucher in Deutschland und in den wichtigsten europäischen Ländern entwickeln. Denn dies bestimmt die Erwartungen der Kunden hinsichtlich der Absatzchancen von MEDION-Produkten und damit deren Bestellverhalten.

Die Konjunkturprognosen der Bundesregierung und der führenden deutschen Wirtschaftsinstitute gehen von einem verlangsamten, aber stabilen Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes von 1,7 % aus und rechnen aufgrund der steigenden Arbeitseinkommen mit einem überproportionalen Anstieg der verfügbaren Einkommen privater Haushalte von 2,8 %. Vor diesem Hintergrund sollen die Konsumausgaben der privaten Haushalte in 2008, nach einem konstanten Niveau im Vorjahr, um ca. 2,0 % wachsen.

Für den Consumer-Electronics-Markt insgesamt wird von den Herausgebern des CEMIX-Indexes mit einem Wachstum von mehr als 2 % auf über € 23,7 Mrd. gerechnet, wobei die Wachstumsimpulse in erster Linie von der hochauflösenden Technik im Bereich HDTV und Zusatzgeräte sowie mobiler Technologie und Notebooks erwartet werden.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand der MEDION AG davon aus, dass die verhalten positive Stimmung bei den MEDION-Kunden weiter anhält und ähnlich wie im Vorjahr ein Umsatzwachstum in einer Größenordnung von 3–5 % auf ein Umsatzniveau von € 1,7 bis 1,75 Mrd. erreicht werden kann. Diese Einschätzung wird unterlegt durch die aktuelle Entwicklung im ersten Quartal 2008, für das sich die Umsätze nach derzeitigen Erkenntnissen voraussichtlich um 3–5 % über dem Vorjahresniveau entwickeln.

Die Rohertragsmargen werden aufgrund der unverändert hohen Wettbewerbsintensität weiterhin unter Druck stehen. Der Vorstand geht jedoch davon aus, dass die gute Marktposition von MEDION gehalten und die Marge auf dem guten Niveau des Jahres 2007 auch für 2008 stabilisiert werden kann.

Vor dem Hintergrund eines stabilen Kostenlevels im Bereich der betrieblichen Aufwendungen rechnet der Vorstand für 2008 damit, dass der MEDION-Konzern ein EBIT zwischen ca. 2,0 und 2,5 % vom Umsatz erwirtschaften wird. Für 2009 wird bei unveränderten konjunkturellen Rahmenbedingungen ebenfalls mit einem Ergebnis mindestens in dieser Größenordnung gerechnet.

Bei dieser Prognose geht der Vorstand davon aus, dass sich die dargestellten Konjunkturerwartungen tatsächlich einstellen und die aktuellen Risiken aus den Unsicherheiten an den Finanzmärkten keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die volkswirtschaftlichen Rahmendaten haben werden. Im Hinblick auf die Verlässlichkeit der Prognose ist weiterhin zu berücksichtigen, dass branchentypisch jeweils das 4. Quartal eines Geschäftsjahres das weitaus umsatzstärkste ist und bis zum Vorliegen fester Kundenaufträge für das 4. Quartal, mit denen erfahrungsgemäß erst Anfang Oktober zu rechnen ist, die Umsatzprognose noch mit den branchenüblichen Unsicherheiten behaftet ist.

5.9 Angaben gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB

1. Das € 48.418.400 betragende Grundkapital der MEDION AG ist in die entsprechende Anzahl auf den Inhaber lautender Stückaktien eingeteilt.
2. Beschränkungen hinsichtlich der Stimmrechte oder der Übertragbarkeit der Aktien bestehen nach der Satzung der Gesellschaft nicht und sind darüber hinaus auch nicht bekannt.
3. Am Kapital der MEDION AG ist der Vorstandsvorsitzende, Herr Gerd Brachmann, mit 54,87 % mehrheitlich beteiligt. Darüber hinaus besteht eine 15,48 %-Beteiligung des englischen Fonds Orbis.
4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind Aktionären nicht eingeräumt.
5. Es gibt keine vom Gesetz abweichenden Regelungen zur Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital der Gesellschaft beteiligt sind.
6. Die Satzung der MEDION AG legt in § 6 Ziff. 1 und 2 fest, dass der Vorstand der Gesellschaft aus mindestens zwei Personen zu bestehen hat und die Bestellung der ordentlichen Vorstandsmitglieder sowie eventueller stellvertretender Vorstandsmitglieder, der Abschluss der Anstellungsverträge sowie der Widerruf der Bestellung und die Ernennung eines Vorstandsvorsitzenden durch den Aufsichtsrat 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 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 € 1,98 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 11. Mai 2007 ermächtigt, bis zum 13. November 2008 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. Bis zum 31. Dezember 2007 hat die Gesellschaft 1.670.551 Stück eigene Aktien zurückerworben.
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.



6 MEDION-Aktie

6.1	Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2007	_____	98
6.2	Compliance	_____	100
6.3	Investor Relations	_____	101

6.1 Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2007

		2007	2006
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	Mio. Stück	48.418.400	48.418.400
Grundkapital	Mio. €	48.418.400	48.418.400
Höchster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	20,33	12,60
Tiefster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	8,25	7,65
Durchschnittliche Aktienanzahl im Geschäftsjahr (nach Aktienrückkauf)	Mio. Stück	47.973.063	48.418.400
Ergebnis je Aktie	Mio. €	0,42	-1,35
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€	0,42	-1,35
Dividendenvorschlag je Stückaktie	€	0,15	0,00

Aktienart/Stückelung	Nennwertlose Inhaber-Stammaktien
Zulassungssegment	Prime Standard
Branche	Technologie/Retail
Index	SDAX, GEX, CDAX, Prime Industrial (Xetra)
ISIN	DE 0006605009
Börsenplätze	Frankfurt am Main, Xetra
Symbol	MDN
Tickerkürzel	MDNG.F (Reuters)
Designated Sponsor	Dresdner Kleinwort Benson

Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung am 11. Mai 2007 haben die Aktionäre der MEDION AG beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, eigene Aktien der MEDION AG bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Des Weiteren wurden Vorstand und Aufsichtsrat mit nur wenigen Gegenstimmen entlastet. Die MEDION AG hat auch auf der Hauptversammlung 2007 zwei weisungsgebundene Stimmrechtsvertreter zur Wahrnehmung von Stimmrechten angeboten und die Hauptversammlung – bis auf die Beiträge der Aktionäre und Aktionärsvertreter – im Internet übertragen.

Aktienrückkaufprogramm

Der Vorstand der MEDION AG hat mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 4. Juli 2007 bis zu 2.420.920 Stückaktien, das sind 5 % des derzeitigen Grundkapitals der Gesellschaft, an der Börse zurückzukaufen. Er hat damit teilweise von der entsprechenden Ermächtigung durch die Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 Gebrauch gemacht, die ihn ermächtigt hatte, bis zu 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Bei dem beschlossenen Rückkauf eigener Aktien durch die MEDION AG über die Börse darf der Gegenwert für den Erwerb der Aktien (ohne Erwerbsnebenkosten) den Mittelwert der Kurse der Aktien der Gesellschaft, die in der Mittags-Zwischenauktion (die derzeit um 13.10 Uhr stattfindet) im Xetrahandel der Frankfurter Wertpapierbörse (oder in einem an dessen Stelle tretenden Nachfolgesystem) an den letzten fünf Handelstagen vor dem Erwerb festgestellt werden, nicht um mehr als 5 % über- oder unterschreiten.

MEDION beabsichtigt, sowohl das Aktienkapital herabzusetzen als auch mögliche Verpflichtungen aus Aktienvergütungsprogrammen zu bedienen, die aufgrund der Ermächtigung zur Ausgabe von Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstandes, an sonstige Führungskräfte oder Mitarbeiter ausgegeben worden sind oder ausgegeben werden. MEDION behält sich vor, die zurückgekauften Aktien auch zu weiteren Zwecken zu verwenden, die im Einklang mit der Ermächtigung der Hauptversammlung stehen. Der Aktienrückkauf wird von der Commerzbank AG, Frankfurt am Main, durchgeführt. Es ist vereinbart, dass die Bank die Entscheidungen über den Zeitpunkt des über die Börse erfolgenden Aktienerwerbs unabhängig und unbeeinflusst von der Gesellschaft trifft. Über die Fortschritte des Aktienrückkaufprogramms hat die Gesellschaft regelmäßig (wöchentlich) auf ihrer Homepage informiert.

Mit Inkrafttreten des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes und Vorlage eines ausführlichen Emittentenleitfadens durch die BaFin hat das Thema Compliance nochmals an Bedeutung gewonnen. Wie bereits im vorangegangenen Jahr hat MEDION auch in 2007 alle neu eingestellten und betroffenen Mitarbeiter über diese Rechtslage in entsprechenden Veranstaltungen (14./21./28. November 2007) 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 Insiderverzeichnisse 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 3. Dezember 2007 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 Adressdaten erhalten zeitlich und inhaltlich denselben Informationsstand. Alle Veröffentlichungen und Finanzberichte werden auf der Homepage des Unternehmens, www.medion.com, dokumentiert. Bedingt durch das Zusammenwachsen der digitalen Produkte und Inhalte in der Unterhaltungselektronik mit den verschiedenen Anwendungen und Dienstleistungen und der damit fehlenden eindeutigen Differenzierungsmöglichkeit, wurden die bisherigen Bereiche Unterhaltungselektronik/Haushaltselektronik und Kommunikationstechnik unter dem Namen Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen in einer Produktlinie zusammengefasst und seit dem 1. Quartal 2007 dementsprechend ausgewiesen. Nach wie vor bilden jedoch die Segmente Deutschland, Europa, übriges Ausland/Konsolidierung das Unternehmen und seine geographische Distribution adäquat ab.

Alle Veröffentlichungstermine von Quartalsberichten werden von ausführlichen englischsprachigen Telefonkonferenzen begleitet, an denen in 2007 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.

7 Konzernabschluss der MEDION AG

7.1	Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)	104
7.2	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	105
7.3	Konzern-Kapitalflussrechnung	106
7.4	Konzernbilanz	108
7.5	Entwicklung des Konzerneigenkapitals	110
7.6	Segmentbericht	111
7.7	Konzernanlagenspiegel	112



7.1 Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)

Werte in Mio.€	01.01. - 31.12.2007	01.01. - 31.12.2006
Umsatz	1.659	1.605
- Inland	1.118	1.076
- Ausland	541	529
Umsätze nach Bereichen		
- PC/Multimedia	1.136	1.115
- Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	523	490
EBIT	29	-94
davon: Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0	100
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	20	-65
Bilanzsumme	811	843
Eigenkapitalquote	44,38 %	43,43 %
Mitarbeiter	1.138	1.298
Personalaufwand	47	52
Aktienbezogene Daten		
Grundkapital	€ 48.418.400	
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000	
Ergebnis je Aktie (in €)	0,42	-1,35

7.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	01.01.- 31.12.2007	01.01. 31.12.2006
1. Umsatzerlöse	(1)	1.659.283	1.604.616
2. Sonstige betriebliche Erträge	(2)	6.343	6.806
3. Materialaufwand	(3)	1.470.605	1.445.366
4. Personalaufwand	(4)	46.982	51.754
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		6.692	8.173
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5)	112.832	99.718
7. Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	(6)	0	100.015
8. Betriebsergebnis (EBIT)		28.515	-93.604
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(7)	6.824	3.388
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(7)	5.289	5.424
11. Ergebnis vor Steuern (EBT)		30.050	- 95.640
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (-/+ Aufwand/Ertrag)	(8)	-9.604	30.630
13. Sonstige Steuern		-167	-374
14. Konzernjahresüberschuss/-fehlbetrag		20.279	-65.384
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert)		0,42	-1,35
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)		47.973.063	48.418.400
Ergebnis je Aktie in € (verwässert)		0,42	-1,35
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)		47.973.063	48.418.400

Werte in T€	01.01.–31.12.2007	01.01.–31.12.2006
1. Betriebsergebnis (EBIT)	28.515	-93.604
2. + Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0	91.163
3. +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	6.692	8.173
4. +/- Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	-224	384
Brutto Cashflow	34.983	6.116
5. -/+ Abnahme/Zunahme der übrigen Rückstellungen	25.671	-11.633
6. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-14.467	*81.206
7. -/+ Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	14.549	-75.088
8. +/- Ein-/Auszahlungen für Ertragsteuern (Saldo)	4.144	8.972
9. = Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 8)	64.880	*9.573
10. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens sowie Tilgung von Ausleihungen	545	4.949
11. - Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-2.069	-7.182
12. = Cashflow aus der Investitionstätigkeit (Summe aus 10 und 11)	-1.524	-2.233

Werte in T€	01.01.–31.12.2007	01.01.–31.12.2006
13. -/+ Aus-/Einzahlungen aus Anleihen und (Finanz-) Krediten (Saldo)	-65.518	*147.551
14. - Auszahlungen für Dividende	0	-9.200
15. + Einzahlungen aus Zinsen	6.824	3.388
16. - Auszahlungen für Zinsen	-4.837	-4.857
17. - Auszahlungen für Erwerb eigener Aktien	-25.788	0
18. = Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Summe aus 13 bis 17)	-89.319	*136.882
19. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 9, 12, 18)	-25.963	144.222
20. +/- Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	-106	-109
21. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	271.239	127.126
22. = Finanzmittelfonds am Ende der Periode (Summe aus 19 bis 21)	245.170	271.239

* Anpassung der Vorjahresvergleichszahlen aufgrund IAS 8.19b

Aktiva	Anmerkung		
Werte in T€	im Anhang	31.12.2007	31.12.2006
Kurzfristige Vermögenswerte			
Liquide Mittel		245.170	271.239
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(9)	208.411	*273.348
Vorräte	(10)	231.425	160.808
Latente Steuern	(8)	8.873	1.485
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(11)	56.946	*58.063
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		750.825	*764.943
Langfristige Vermögenswerte			
Sachanlagevermögen	(12)	34.246	36.136
Immaterielle Vermögensgegenstände	(13)	4.015	7.225
Geschäfts- und Firmenwert	(14)	194	194
Finanzanlagen	(15)	113	122
Ausleihungen		0	99
Latente Steuern	(8)	18.210	29.432
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(11)	3.500	5.009
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		60.278	78.217
Aktiva, gesamt		811.103	*843.160

Passiva	Anmerkung	31.12.2007	31.12.2006
Werte in T€	im Anhang		
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		162.434	151.112
Steuerrückstellungen	(8, 16)	4.057	323
Sonstige Rückstellungen	(17)	178.419	152.734
Darlehen und sonstige kurzfristige Schulden	(18, 21)	101.975	*169.545
Kurzfristige Schulden, gesamt		446.885	*473.714
Langfristige Schulden			
Anleihen	(19)	312	701
Darlehen und sonstige langfristige Schulden	(18, 20, 21)	1.857	229
Pensionsrückstellungen	(22)	2.084	2.308
Langfristige Schulden, gesamt		4.253	3.238
Eigenkapital			
	(24)		
Gezeichnetes Kapital		48.418	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418			
- Bedingtes Kapital: T€ 1.982 (Vorjahr: T€ 21.982)			
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)			
Kapitalrücklage		141.665	141.665
Eigene Aktien		-25.788	0
Erwirtschaftetes Eigenkapital		195.670	176.125
Eigenkapital, gesamt		359.965	366.208
Passiva, gesamt		811.103	*843.160

* Anpassung der Vorjahresvergleichszahlen aufgrund IAS 8.19b

7.5 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Werte in T€	Aktien im Umlauf (Anzahl)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Erwirtschaftetes Eigenkapital			Gesamt
					Andere Gewinnrücklagen/ Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanzinstrumenten	Währungsumrechnungsdifferenzen	
Stand 1. Januar 2006	48.418.400	48.418	141.665	0	251.685	257	-801	441.224
Erfolgsneutrale Veränderungen								
Veränderungen der Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	0	0	0	-108	-108
Entnahme aus der Bewertungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	0	0	-324	0	-324
Ausschüttung an die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2005	0	0	0	0	-9.200	0	0	-9.200
Konzernergebnis	0	0	0	0	-65.384	0	0	-65.384
Stand 31. Dezember 2006	48.418.400	48.418	141.665	0	177.101	-67	-909	366.208
Erfolgsneutrale Veränderungen								
Veränderungen der Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	0	0	0	-146	-146
Entnahme aus der Bewertungsrücklage gem. IAS 39	0	0	0	0	0	-588	0	-588
Erwerb eigener Aktien	-1.670.551	0	0	-25.788	0	0	0	- 25.788
Konzernergebnis	0	0	0	0	20.279	0	0	20.279
Stand 31. Dezember 2007	46.747.849	48.418	141.665	-25.788	197.380	-655	-1.055	359.965

Werte in T€	Deutschland		Europa		Übriges Ausland/ Konsolidierung		Konzern	
	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006
	Außenumsätze	1.118.159	1.076.242	455.510	460.868	85.614	67.506	1.659.283
Innenumsätze	28.328	33.799	17.381	18.398	-45.709	-52.197	0	0
Gesamtumsätze	1.146.487	1.110.041	472.891	479.266	39.905	15.309	1.659.283	1.604.616
EBIT	22.269	-73.044	9.059	-17.016	-2.813	-3.544	28.515	-93.604
Abschreibungen auf Anlagevermögen	4.997	6.208	1.633	1.875	62	90	6.692	8.173
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen	-224	73.867	0	17.075	0	605	-224	91.547
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung	0	73.483	0	17.075	0	605	0	91.163
Zuführung zur Pensionsrückstellung	-224	384	0	0	0	0	-224	384
Brutto Cashflow	27.042	7.031	10.692	1.934	-2.751	-2.849	34.983	6.116
Segmentvermögen*	533.633	588.437	212.736	184.542	33.980	26.953	780.349	799.932
Segmentschulden*	353.909	386.930	83.452	84.736	9.517	5.286	446.878	476.952
Investitionen	1.418	5.677	637	1.436	14	69	2.069	7.182

* Anpassung der Vorjahresvergleichswerte aufgrund IAS 8.19b

7.7 Konzernanlagenspiegel

	Stand 01.01.2007	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand 31.12.2007
Werte in T€	Anschaffungskosten					
Grundstücke und Bauten	32.503	100	0	23	-2	32.624
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	23.796	1.578	647	0	-98	24.629
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	365	0	0	-23	0	342
Sachanlagevermögen	56.664	1.678	647	0	-100	57.595
Lizenzen	3.240	119	1.252	0	-1	2.106
EDV-Software	17.747	272	1.129	0	-4	16.886
Geleistete Anzahlungen	3	0	3	0	0	0
Immaterielle Vermögensgegenstände	20.990	391	2.384	0	-5	18.992
Geschäfts- und Firmenwert	516	0	0	0	0	516
Anteile an verbundenen Unternehmen	122	0	0	*-9	0	113
Finanzanlagen	122	0	0	*-9	0	113
Ausleihungen	99	0	99	0	0	0
	78.391	2.069	3.130	*-9	-105	77.216

* Veränderung Konsolidierungskreis wegen Erstkonsolidierung MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien ab Juli 2007

Konzernabschluss der MEDION AG

113 |

7.7 Konzernanlagenspiegel

Stand 01.01.2007	Zugänge	Abgänge	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand 31.12.2007	Stand 31.12.2007	Stand 31.12.2006
Abschreibungen				Buchwerte		
4.411	952	0	-1	5.362	27.262	28.092
16.117	2.503	565	-68	17.987	6.642	7.679
0	0	0	0	0	342	365
20.528	3.455	565	-69	23.349	34.246	36.136
1.464	679	888	-1	1.254	852	1.776
12.301	2.558	1.132	-4	13.723	3.163	5.446
0	0	0	0	0	0	3
13.765	3.237	2.020	-5	14.977	4.015	7.225
322	0	0	0	322	194	194
0	0	0	0	0	113	122
0	0	0	0	0	113	122
0	0	0	0	0	0	99
34.615	6.692	2.585	-74	38.648	38.568	43.776

MEDION

A stack of three black Medion notebooks is shown from a low-angle perspective. The top notebook is slightly offset to the left, revealing the silver-colored spine of the middle notebook. The bottom notebook is also offset to the left, showing its silver spine. The word "MEDION" is printed in white, bold, uppercase letters on the top cover of the uppermost notebook. The background is a plain, light-colored surface, and the lighting creates soft shadows and highlights on the edges of the books.

8 Konzernanhang

8.1	Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss	116
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	
8.1.7	Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie von Schätzungen	
8.2	Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz	127
8.2.1	Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	
8.2.2	Angaben zur Bilanz	
8.3	Ergänzende Angaben	151
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	Risikomanagement und Finanzderivate	
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 – Angabe gemäß § 161 AktG	
8.3.11	Erklärung nach §297 Abs.2 Satz 4 HGB	
8.3.12	Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns	

8.1.1 Aufstellungsgrundsätze

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 Geregeltten 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 2007 verpflichtenden Standards und Interpretationen des IASB, die von der EU übernommen wurden.

Im Geschäftsjahr 2007 wurde erstmalig IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ angewandt, der zu einer grundlegenden Umstrukturierung der Offenlegungsverpflichtungen für Finanzinstrumente führte. Einen Einfluss auf die Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten im Konzernabschluss der MEDION AG ergibt sich aus dem neuen Standard nicht.

Der IASB hat im November 2006 den IFRS 8 „Operating Segments“ veröffentlicht. IFRS 8 sieht insbesondere die Anwendung des „Management-Approach“ zur Berichterstattung über die wirtschaftliche Entwicklung der Segmente vor. IFRS 8 wurde im November 2007 von der Europäischen Union in europäisches Recht übernommen. Der Standard gilt ab dem 1. Januar 2009 und wird nicht vorzeitig angewendet. Bei Anwendung von IFRS 8 werden sich voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der MEDION AG ergeben.

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

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 2007 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 Vermögenswerte und Schulden angesehen, wenn sie innerhalb eines Jahres fällig sind.

8.1.2 Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007 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 31.12.2007			
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen („AMS“)	€ 25.000	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr („MSG“)	€ 25.000	100,00 %	Gründung 2004	ab 1. September 2004
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION France“)	€ 150.000	100,00 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 1999
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien („MEDION UK“)	£ 400.000	100,00 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 2000
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark („MEDION Nordic“)	DKK 500.000	100,00 %	Erwerb 2002	ab 1. Juli 2002
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich („MEDION AT“)	€ 50.000	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande („MEDION NL“)	€ 650.000	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien („MEDION Italia“) ¹	€ 30.000,00	100,00 %	Gründung 2002	ab 1. Januar 2002
9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien („MEDION Iberia“)	€ 5.000	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz („MEDION Schweiz“)	CHF 100.000	100,00 %	Gründung 2004	ab 1. Februar 2004
11. MEDION USA Inc., Delaware, USA („MEDION USA“)	US\$ 10.100.000	100,00 %	Gründung 2001	ab 1. April 2001
12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien („MEDION Australia“)	AU\$ 10.000	100,00 %	Gründung 2003	ab 1. November 2003
13. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien („MEDION Slowenien“)	€ 8.763	100,00 %	Gründung 2006	ab 1. Juli 2007

¹ seit Dezember 2007 gemäß Beschluss der Gesellschafterversammlung in Liquidation

Der MEDION Konsolidierungskreis wurde in 2007 um eine Gesellschaft erweitert. Erstmals wurde die im Dezember 2006 gegründete Tochtergesellschaft MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien, aufgrund der Aufnahme der aktiven Geschäftstätigkeit vollkonsolidiert.

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 2007. 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 konzerneinheitlichen 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.

8.1.4 Grundsätze der Währungsumrechnung

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 so genannten 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:

		2007	2006	2007	2006
1€ =		Bilanz Mittelkurs am 31.12.		GuV Durchschnittskurs	
Australien	AU\$	1,6775	1,6681	1,6350	1,6665
Dänemark	DKK	7,4581	7,4558	7,4507	7,4591
Großbritannien	£	0,7346	0,6714	0,6844	0,6827
Schweiz	CHF	1,6557	1,6080	1,6427	1,5731
USA	US\$	1,4716	1,3181	1,3703	1,2560

8.1.5 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die **liquiden Mittel** beinhalten Barmittel, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten mit originären Restlaufzeiten von bis zu drei Monaten. Die Bewertung erfolgt zu Nominalwerten; 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 werden als finanzielle Vermögenswerte gemäß IAS 39.9 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet und zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Die fortgeführten Anschaffungskosten berechnen sich aus dem Netto-Rechnungsbetrag abzüglich Wertberichtigungen. Die Wertberichtigungen werden für wesentliche Forderungen im Rahmen einer Einzelbetrachtung vorgenommen, wenn objektive Hinweise für eine Wertminderung vorliegen. Darüber hinaus werden bestimmte Forderungen, für die keine Einzelwertberichtigungen gebildet wurden, anhand gleichartiger Risikomerkmale zu Gruppen zusammengefasst und auf Basis der Erfahrungen der Vergangenheit auf Portfoliobasis wertberichtigt. Die Wertberichtigungen werden über Wertberichtigungskonten gebucht und unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Sobald eine Forderung uneinbringlich wird, erfolgt deren Ausbuchung und die Entlastung des Wertberichtigungskontos.

Im Rahmen von Asset-Backed-Security-Transaktionen (ABS-Transaktionen) werden finanzielle Vermögenswerte an eine Zweckgesellschaft verkauft. Die Risiken werden in Form von Kaufpreisabschlägen berücksichtigt. Die Abschläge betreffen Risiken für Verwässerung, Transaktionskosten und Bonität. Da die Voraussetzungen gemäß IAS 39.17 ff. für einen Eigentumsübergang der Forderungen an die Zweckgesellschaft nicht vorliegen, werden die in die ABS-Transaktion einbezogenen finanziellen Vermögenswerte weiterhin bei der Gesellschaft bilanziert.

Sonstige kurzfristige Vermögenswerte werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlich notwendiger Wertberichtigungen, die den erwarteten Ausfallrisiken hinreichend Rechnung tragen, bewertet. Soweit es sich um finanzielle Vermögenswerte (Finanzinstrumente) handelt, werden diese gemäß IAS 39.9 der Kategorie Kredite und Forderungen zugeordnet.

Die **Vorräte** werden im Zugangszeitpunkt 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.

Immaterielle 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. Die Werthaltigkeit wird jährlich gemäß IFRS 3 und IAS 36 anhand eines Impairment-Tests geprüft. Abschreibungen waren nicht erforderlich.

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

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie **Darlehen und sonstige kurzfristige Schulden** werden zu ihren Rückzahlungsbeträgen – Fremdwährungsposten zum Fair Value – ausgewiesen.

Sonstige Rückstellungen werden gemäß IAS 37 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 wird durch bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der Verpflichtungen erforderlichen Ausgaben ermittelt. Damit 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 und sich ggf. erheblich auf die künftige Ertragslage auswirken.

Die **Pensionsrückstellungen** bestehen für Versorgungszusagen an Vorstandsmitglieder. Sie werden nach versicherungsmathematischen Methoden gemäß IAS 19 nach dem Anwartschafts-Barwertverfahren berechnet. Hiernach 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 Gewinne gemäß IAS 19.95 sofort erfolgswirksam verrechnet. Im Rahmen der Berechnung wird auf die „Richttafeln 2005 G“ von Prof. Dr. Klaus Heubeck zurückgegriffen.

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.

Eigene Aktien werden mit ihren Anschaffungskosten bewertet und gemäß IAS 32.33 im Eigenkapital als Abzugsposten ausgewiesen. Die eigenen Aktien stellen nach IAS 32.11 keinen finanziellen Vermögenswert dar.

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. Latente Steuern werden gemäß der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode gebildet. Soweit hiernach 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 voraussichtlich 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 sowohl positive wie auch nachteilige Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben.

8.1.6 Verwendung von Annahmen und Schätzungen / 8.1.7 Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie von Schätzungen

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.

8.1.7 Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie von Schätzungen

a) Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Im Rahmen der seit November 2006 durchgeführten Finanzierungsgeschäfte über **Asset-Backed-Security-Transaktionen** (ABS-Transaktionen) werden finanzielle Vermögenswerte an eine Zweckgesellschaft verkauft. Nach IAS 39.19 ff. hat das Unternehmen bei solchen Transaktionen zu prüfen, ob alle Chancen und Risiken, die mit dem Eigentum an den finanziellen Vermögenswerten verbunden sind, übertragen werden. Während die MEDION AG im Vorjahr davon ausging, dass der als variabel vereinbarte Bonitätsabschlag von 3 % als marktüblich anzusehen war, hat sich im Geschäftsjahr bei den durchgeführten Transaktionen gezeigt, dass der vereinbarte Bonitätsabschlag als zu hoch zu betrachten ist. Gemäß IAS 39.20.b ist somit für den Konzernabschluss 2007 davon auszugehen, dass nicht alle wesentlichen Chancen und Risiken aus dem Verkauf der finanziellen Vermögenswerte übergehen und dementsprechend diese im wirtschaftlichen Eigentum der MEDION AG verbleiben.

Zum 31. Dezember 2007 werden daher die im Rahmen der ABS-Transaktionen verkauften finanziellen Vermögenswerte in Höhe von T€ 83.316 weiterhin bei der MEDION AG aktiviert, und der von der Zweckgesellschaft erhaltene Kaufpreis auf der Passivseite unter den sonstigen kurzfristigen Schulden in Höhe von T€ 93.089 passiviert. Der von der Zweckgesellschaft bestimmte Einbehalt aus Kaufpreisabschlägen für Bonitätsrisiken, Verwässerung und Transaktionskosten wird mit T€ 9.773 unter den sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten abgegrenzt.

Gemäß IAS 8.19 ist die Änderung der Bilanzierungsmethode rückwirkend anzuwenden. Dementsprechend wurden die folgenden Bilanzposten des Vorjahres wie folgt angepasst:

Werte in T€	Vor Änderung 2006	Änderung	Nach Änderung 2006
Aktiva			
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	125.729	147.619	273.348
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	46.952	11.111	58.063
Erhöhung Aktiva		158.730	
Passiva			
Darlehen und sonstige kurzfristige Schulden	10.815	158.730	169.545
Erhöhung Passiva		158.730	

Es ergaben sich nachfolgend dargestellte Auswirkungen auf die Kapitalflussrechnung:

Werte in T€	Vor Änderung 2006	Änderung	Nach Änderung 2006
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	+228.825	-147.619	+81.206
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	+157.192	-147.619	+9.573
Ein-/Auszahlungen zu Anleihen und (Finanz-) Krediten (Saldo)	-68	+147.619	+147.551
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-10.737	+147.619	+136.882

Erfolgswirksame oder -neutrale Änderungen des Eigenkapitals ergaben sich nicht.

b) Änderung von Schätzungen

Im Rahmen der **Bewertung der Pensionsrückstellungen** zum 31. Dezember 2007 wurde der Diskontierungssatz entsprechend der erwarteten langfristigen Marktzinsentwicklung von 4,5 % im Vorjahr auf 5,5 % heraufgesetzt. Der sich daraus ergebende Effekt wurde in Höhe von T€ 538 als versicherungsmathematischer Gewinn ertragswirksam vereinahmt.

Bis zum Geschäftsjahr 2006 wurden die **latenten Steuern** mit einem einheitlichen Ertragsteuersatz von 40 % bewertet. Aufgrund der im Juli 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform gilt für die MEDION AG ab 2008 ein Ertragsteuersatz von 31,6 %. Aus der Neubewertung der latenten Steuern resultiert im Berichtsjahr ein Einmalaufwand von T€ 5.204.

Aufgrund der in 2007 eingetretenen und über den ursprünglichen Erwartungen liegenden Verbesserung der Ertragskraft geht die MEDION AG aufgrund geänderter Prognosen in der **mittelfristigen Unternehmensplanung** nunmehr davon aus, dass sämtliche verbleibenden steuerlichen Verlustvorträge in einem als hinreichend sicher definierten Planungshorizont realisiert werden können. Hieraus ergibt sich die Aktivierung eines zusätzlichen latenten Steueranspruchs in Höhe von T€ 7.328 zum Abschlussstichtag.

8.2.1 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

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

Werte in T€	2007	2006
PC/Multimedia	1.135.701	1.114.592
Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	523.582	490.024
	1.659.283	1.604.616

Bedingt durch das Zusammenwachsen der digitalen Produkte und Inhalte in der Unterhaltungselektronik mit den verschiedenen Anwendungen und Dienstleistungen und der damit fehlenden eindeutigen Differenzierungsmöglichkeit wurden die bisherigen Bereiche Unterhaltungs- und Haushaltselektronik sowie Kommunikationstechnik unter dem Namen Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen in einen Geschäftsbereich zusammengefasst.

Nach Regionen setzen sich die Umsätze wie folgt zusammen:

Werte in T€	2007	2006
Deutschland	1.118.159	1.076.242
Europa	455.510	460.868
Übriges Ausland	85.614	67.506
	1.659.283	1.604.616

(2) Die **sonstigen betrieblichen Erträge** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2007	2006
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.657	2.704
Erträge aus Schadensersatz/Versicherungserstattungen	1.172	2.185
Provisionserträge	1.055	200
Übrige	2.459	1.717
	6.343	6.806

(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 und Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen einschließlich der Anschaffungsnebenkosten und der bezogenen Leistungen.

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

Werte in T€	2007	2006
Löhne und Gehälter	40.015	43.501
Soziale Abgaben	6.967	7.869
Aufwendungen für Altersversorgung	0	384
	46.982	51.754

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

Mitarbeiter nach Gruppen	2007	2006
Vertrieb	245	259
Service	763	896
Verwaltung	130	143
	1.138	1.298

(5) Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2007	2006
Vertriebsaufwendungen	91.905	76.676
Verwaltungsaufwendungen	12.443	13.126
Betriebsaufwendungen	6.016	6.757
Übrige	2.468	3.159
	112.832	99.718

Der wesentliche Posten unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die **Vertriebsaufwendungen**, die sich wie folgt aufgliedern:

Werte in T€	2007	2006
Aufwendungen für Kundenservice	34.701	35.145
Werbe-/Messekosten, Marketing	27.481	8.203
Ausgangsfrachten	14.339	14.226
Übrige	15.384	19.102
	91.905	76.676

Unter den **Verwaltungsaufwendungen** werden Aufwendungen für Versicherungen, Rechts- und Beratungskosten, Fremdleistungen, Nebenkosten des Geldverkehrs und sonstige allgemeine Verwaltungskosten zusammengefasst.

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

Werte in T€	2007	2006
Honorar für Abschlussprüfungen	320	296
Steuerberatungshonorare	39	78
Honorar für sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	7	23
Übrige Honorare	78	29
	444	426

Bei den **Betriebsaufwendungen** handelt es sich um Aufwendungen für Mieten, Reparaturen und Betriebsbedarf.

Die **übrigen Aufwendungen** enthalten vor allem periodenfremde Aufwendungen, Wertberichtigungen auf Forderungen sowie Kursdifferenzen. Darin sind auch nicht liquiditätswirksame Nettoverluste in Höhe von T€ 254 aus der Bewertungskategorie „Trading“-Wertpapiere nach IAS 39 enthalten. Die Nettoverluste beziehen sich ausschließlich auf Kursverluste.

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

Im Vorjahr wurden Abwertungen auf Vorräte sowie realisierte Wertberichtigungen aus Abverkäufen in Höhe von insgesamt T€ 60.015 sowie Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung in Höhe von T€ 40.000 ausgewiesen.

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

Werte in T€	2007	2006
Zinserträge	6.824	3.388
Zinsaufwendungen	-2.605	-2.486
Finanzierungskosten	-2.684	-2.938
	1.535	-2.036

Im Zusammenhang mit den Bewertungskategorien nach IAS 39 ergibt sich das folgende Zinsergebnis:

Werte in T€	2007	2006
Kredite und Forderungen	6.154	2.491
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	-4.531	-4.273
	1.623	-1.782

Im Berichtszeitraum wurden Zinserträge auf wertberichtigte finanzielle Vermögenswerte in Höhe von T€ 13 (Vorjahr: T€ 11) vereinnahmt.

Die Zinserträge und -aufwendungen sowie die Finanzierungskosten sind mit Ausnahme der abgegrenzten Finanzierungskosten in Höhe von T€ 452 im Berichtsjahr zahlungswirksam geworden.

(8) Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** (-/+ Aufwand/Ertrag) setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	2007	2006
MEDION AG		
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	-2.348	+3.384
Gewerbeertragsteuer	-2.224	+1.238
AMS	-12	-330
MEDION NL	-228	-260
MSG	-40	-175
MEDION France	-271	-71
MEDION UK	-239	-66
MEDION Austria	-59	-45
Übrige	-103	-84
Latente Steuern	-4.080	+27.039
	-9.604	+30.630

Die Aufwendungen aus laufenden Ertragsteuern der MEDION AG betreffen die Ertragsteuerbelastung für 2007. Im Vorjahr wurden u. a. die erstmalige Aktivierung des Körperschaftsteuerguthabens gemäß § 37 KStG sowie Erstattungen aus der steuerlichen Betriebsprüfung ausgewiesen.

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

Werte in T€	2007	2006
1. Konzernergebnis vor Ertragsteuern	29.883	-96.014
2. Anzuwendender theoretischer Steuersatz in %	40,02	39,91
3. Theoretische Steuer	-11.959	+38.319
4. Unterschiede zu ausländischen und latenten Steuern		
Aktivierung Verlustvorträge MEDION AG	+7.328	0
Neubewertung latente Steuern aufgrund Unternehmenssteuerreform ab 2008	-5.204	0
Sonstige	+347	-562
5. Steuern auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	-119	-197
6. Steuererstattungen/-nachzahlungen für Vorjahre	+3	+95
7. Nicht aktivierte latente Steuern auf Verlustvorträge MEDION AG	0	-9.365
8. Aktivierung Körperschaftsteuerguthaben	0	+2.340
9. Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-9.604	+30.630
10. Tatsächlicher Ertragsteuersatz in %	32,14	31,90

Der einheitlich theoretische Ertragsteuersatz für 2007 von 40,02 % errechnet sich aus der effektiven Gewerbesteuerbelastung von 18,53 %, 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** (-/+ Aufwand/Ertrag) haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2007	2006
Latenter Steueraufwand	-4.080	+27.039
Davon aus:		
Steuerlichen Verlustvorträgen der MEDION AG		
Neuaktivierung ab 2008	+7.328	+29.710
Verbrauch 2007	-5.980	0
Neubewertung aufgrund Steuersatzänderungen ab 2008	-5.204	0
Temporären Differenzen	-224	-2.671
	-4.080	+27.039

Zum Abschlussstichtag verfügt der MEDION-Konzern über inländische körperschaftsteuerliche **Verlustvorträge** in Höhe von T€ 83.029 (Vorjahr: T€ 97.740) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von T€ 83.610 (Vorjahr: T€ 98.342) sowie ausländische Verlustvorträge von T€ 4.461 (MEDION USA; Vorjahr: T€ 5.042) zur Verrechnung mit zukünftigen Gewinnen.

Obwohl die MEDION USA in 2007 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.

Zum 31. Dezember 2006 wurde auf Basis eines als hinreichend sicher definierten Planungshorizontes von sechs Jahren mit einer Nutzung der steuerlichen Verlustvorträge in Höhe von T€ 74.276 gerechnet und entsprechend ein latenter Steueranspruch mit T€ 29.710 aktiviert. In 2007 wurde die Planungsrechnung der Gesellschaft aktualisiert und die Planung der Folgejahre weiter konkretisiert. Auf dieser Grundlage rechnet die MEDION AG mit einer weiter positiven Ertragsentwicklung und nunmehr einer Ausnutzung des gesamten verbleibenden Verlustvortrages im Planungshorizont. Auf dieser Basis wurde ein zusätzlicher latenter Steueranspruch in Höhe von T€ 7.328 aktiviert. Die Einschätzung der Werthaltigkeit von aktiven latenten Steuern kann sich durch das Erreichen bzw. Nichterreichen der Planungsziele in der Zukunft ändern. Dementsprechend wird der Ansatz aktiver latenter Steuern jährlich überprüft werden.

Im Berichtsjahr wurden die latenten Steueransprüche in Höhe von T€ 5.980 aufgrund des positiven Jahresergebnisses 2007 realisiert und als Verbrauch verrechnet.

Für die latenten Steuern war bis zum 31. Dezember 2007 bei MEDION ein Ertragsteuersatz von 40 % zugrunde zu legen. Nach der in 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform wird ab 2008 ein Ertragsteuersatz von 31,6 % angesetzt. Aus der Steuersatzreduzierung resultierte im Berichtsjahr eine Abwertung der latenten Steuern in Höhe von T€ 5.204.

Die latenten Steuern entfallen auf folgende wesentliche Bilanzposten:

Werte in T€	aktivisch	passivisch	aktivisch	passivisch
	31.12.2007		31.12.2006	
Kurzfristig:				
Aus erfolgsneutraler Verrechnung im Eigenkapital	302	0	44	0
Wertberichtigungen auf Forderungen	33	0	99	0
Steuerliche Verlustvorträge	8.538	0	1.342	0
	8.873	0	1.485	0
Langfristig:				
Sachanlagevermögen	375	89	526	100
Pensionsrückstellungen	200	0	416	0
Übrige Rückstellungen	98	0	122	0
Steuerliche Verlustvorträge	17.537	0	28.368	0
	18.210	89	29.432	100
	27.083	*89	30.917	*100

* Wegen untergeordneter Bedeutung erfolgt Ausweis unter Steuerrückstellungen

Die latenten Steuern aus erfolgsneutralen Verrechnungen im Eigenkapital (T€ 302; Vorjahr: T€ 44) resultieren aus den Cashflow-Hedges im Rahmen des Hedge-Accounting gemäß IAS 39.

Kurzfristige Vermögenswerte

(9) Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
Forderungen	212.542	279.605
Abzüglich Wertberichtigungen	-4.131	-6.257
	208.411	*273.348

* Anpassung des Vorjahresvergleichswertes aufgrund IAS 8.19b (vgl. 8.1.7 a) „Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“)

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen im Wesentlichen gegenüber international tätigen Handelskonzernen. Die MEDION AG hat zum 31. Dezember 2007 Asset-Backed-Security-Transaktionen (ABS-Transaktionen) in Höhe von T€ 83.316 (Vorjahr: T€ 147.619) durchgeführt.

Die Wertberichtigungen haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2007	2006
Stand 1. Januar	6.257	7.349
Inanspruchnahmen	-2.479	-1.439
Auflösungen	-3.185	-3.968
Zuführungen	3.538	4.315
Stand 31. Dezember	4.131	6.257

Die Wertberichtigungen betreffen Einzelwertberichtigungen sowie Wertberichtigungen auf Portfoliobasis.

Von den nicht wertberichtigten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 208.411 (Vorjahr: T€ 273.348) waren T€ 154.868 (Vorjahr: T€ 237.733) zum Abschlussstichtag nicht fällig. Die übrigen (fälligen) Forderungen sind innerhalb folgender Zeitbänder per 31. Dezember überfällig:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
Kleiner als 30 Tage	44.521	23.746
Zwischen 30 und 60 Tage	4.158	912
Zwischen 61 und 90 Tage	674	1.836
Zwischen 91 und 180 Tage	1.852	5.140
Größer als 181 Tage	2.338	3.981
Summe der fälligen Forderungen	53.543	35.615

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die weder wertgemindert noch überfällig sind, lagen zum Abschlussstichtag keine Anhaltspunkte vor, die darauf hindeuteten, dass die Schuldner ihren Verpflichtungen nicht nachkommen werden.

Die Aufwendungen für die vollständige Ausbuchung von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beliefen sich auf T€ 79 (Vorjahr: T€ 303). Erträge aus bereits ausgebuchten Forderungen waren von untergeordneter Bedeutung.

Die Forderungsverluste sind innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen unter den übrigen Aufwendungen ausgewiesen.

(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€	31.12.2007	31.12.2006
PC/Multimedia	189.413	114.477
Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen	42.012	46.331
	231.425	160.808

Zum Abschlussstichtag sind in den Vorräten die folgenden Abwertungen enthalten:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
Auf Retouren- und Servicewaren	23.630	49.643
Auf Produktivbestände	8.495	15.240
	32.125	64.883

Konzernanhang der MEDION AG

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

(11) Die sonstigen kurz- und langfristigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
	31.12.2007		31.12.2006	
a) Finanzielle Vermögenswerte				
Ausstehende Lieferantengutschriften	24.263	24.263	29.680	29.680
Einbehaltene ABS-Transaktionen	9.773	9.773	11.111	*11.111
Ausgereichte Darlehen	1.913	586	1.630	241
Wertpapiere	76	76	330	330
Übrige finanzielle Vermögenswerte	1.055	1.055	767	767
	37.080	35.753	43.518	42.129
b) Übrige Vermögenswerte				
Steuerforderungen				
– Umsatz- und sonstige Steuern	17.031	17.031	3.373	3.373
– Ertragsteuern	1.328	1.328	10.080	10.080
Körperschaftsteuerguthaben nach § 37 KStG	2.344	284	2.341	0
Rechnungsabgrenzungsposten	2.634	2.549	2.698	2.099
Übrige	29	1	1.062	382
	23.366	21.193	19.554	15.934
	60.446	56.946	63.072	58.063

* Anpassung des Vorjahresvergleichswertes aufgrund von IAS 8.19b (vgl. 8.1.7 a) „Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“)

Die ausstehenden Lieferantengutschriften betreffen noch erwartete Preisgutschriften für gelieferte Produkte sowie Ansprüche aus der Abwicklung von Defektmaterialien. In den Rechnungsabgrenzungsposten werden vorausbezahlte Aufwendungen für Finanzierungsgeschäfte ausgewiesen. Darüber hinaus beinhaltet dieser Posten abgegrenzte Lizenzgebühren, Servicekosten sowie Wartungs- und Mietvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die Einbehalte aus ABS-Transaktionen beziehen sich auf kalkulatorische Kaufpreisschläge für Verwässerung, Transaktionskosten sowie einen Abschlag für das Bonitätsrisiko. Die Abrechnung erfolgt jeweils nach Ende einer Transaktion.

Der Buchwert der finanziellen Vermögenswerte hat sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
Finanzielle Vermögenswerte	37.255	43.568
Abzüglich Wertberichtigungen	-175	-50
	37.080	43.518

Die nicht wertberichtigten sonstigen finanziellen Vermögenswerte weisen keine Überfälligkeiten auf.

Langfristige Vermögenswerte

(12) Das Gesamtinvestitionsvolumen im Bereich des **Sachanlagevermögens** belief sich in 2007 auf T€ 1.678. Die Zugänge betreffen im Wesentlichen mit T€ 825 die Aktivierung eines Server-Upgrades aus einem neuen Finanzierungs-Leasing-Vertrag. Vereinbarungen zu bedingten Mietzahlungen und Beschränkungen wurden nicht getroffen.

Im Berichtsjahr setzen sich die Nettobuchwerte der geleaste Vermögenswerte wie folgt zusammen:

Werte in T€	≤ 1 Jahr	1 Jahr < x ≤ 5 Jahre	Summe
Mindestleasingzahlungen	948	795	1.743
Abzinsung	16	14	30
Barwert = Nettobuchwert	932	781	1.713

(13) Die Zugänge im Bereich der **immateriellen Vermögensgegenstände** von insgesamt T€ 391 betreffen im Wesentlichen den Erwerb von SAP-Lizenzen hinsichtlich Sales/Service Order-Processing und sonstige Add-On-Lizenzen.

(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 2007 überprüft. Abschreibungen waren nicht erforderlich.

(15) Im Ausweis der **Finanzanlagen** ergibt sich infolge der Aufnahme des operativen Geschäftes der im Dezember 2006 gegründeten Tochtergesellschaft MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien und der damit verbundenen Aufnahme in den Konsolidierungskreis eine Verringerung des Nettobuchwertes von T€ 122 auf T€ 113. Der Ausweis betrifft die nicht operativ tätigen und damit nicht konsolidierten Tochtergesellschaften (vgl. 8.3.7).

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

Kurzfristige Schulden

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

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
MEDION AG		
Gewerbsteuer	2.107	0
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	1.405	0
Latente Steuern	49	69
MEDION NL	237	120
MEDION UK		
Körperschaftsteuer	41	30
Latente Steuern	40	31
MEDION France	20	22
MEDION Italia	0	40
Übrige	158	11
	4.057	323

(17) Die **sonstigen Rückstellungen** entwickelten sich wie folgt:

Werte in T€	01.01.2007	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Währungskurs- differenzen	31.12.2007
Ausstehende Rechnungen	66.318	33.376	431	63.005	-16	95.500
Gewährleistungen	80.500	3.217	0	0	0	77.283
Personal	4.384	2.760	931	3.047	-6	3.734
Übrige Rückstellungen	1.532	1.454	71	1.898	-3	1.902
	152.734	40.807	1.433	67.950	-25	178.419

Die **Rückstellungen für ausstehende Rechnungen** umfassen noch fehlende Leistungsabrechnungen, die jeweils im Geschäftsjahr 2008 zu Mittelabflüssen führen. Daneben werden noch zu leistende Urheberrechtsabgaben passiviert, die auch dem Risiko der möglichen Urheberrechtsabgaben auf PCs und Notebooks Rechnung tragen.

Die **Rückstellungen für Gewährleistungen** werden 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. Dabei werden Annahmen über die zukünftige Entwicklung der Servicekosten berücksichtigt. Die in 2006 angepassten Schätzparameter wurden im Berichtsjahr unverändert fortgeführt.

In den **Personalrückstellungen** sind ausstehende Belastungen aus Urlaubsverpflichtungen, Mehrarbeitsvergütungen, Ansprüche auf Tantiemen und Sonderzahlungen an Vorstand und Mitarbeiter sowie Beiträge zur Berufsgenossenschaft enthalten.

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

(18) Die **Darlehen und sonstigen kurz- und langfristigen Schulden** setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	31.12.2007		31.12.2006	
	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
a) Finanzielle Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten ABS-Transaktionen	93.089	93.089	158.730	*158.730
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	2.733	2.733	315	315
Leasingverbindlichkeiten	1.373	741	1.243	466
Darlehen	0	0	826	597
Übrige	491	491	0	0
	97.686	97.054	161.114	160.108
b) Übrige Verbindlichkeiten				
Steuerverbindlichkeiten	2.717	2.717	6.332	6.332
Verbindlichkeiten Sozialversicherung	244	244	281	281
Übrige	3.185	1.960	2.047	2.824
	6.146	4.921	8.660	9.437
	103.832	101.975	169.774	169.545

* Anpassung des Vorjahresvergleichswertes aufgrund IAS 8.19b (vgl. 8.1.7 a) „Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“)

Bei den Verbindlichkeiten aus ABS-Transaktionen handelt es sich um kurzfristige Finanzverbindlichkeiten gegenüber der Zweckgesellschaft, die im Rahmen des ABS-Vertrages revolving zurückgezahlt werden.

Langfristige Schulden

(19) Der Posten **Anleihen** weist zum Abschlussstichtag eine Wandelanleihe in Höhe von T€ 312 aus, die im September 2003 mit einem Gesamtnennbetrag von T€ 388 an das Management und leitende Mitarbeiter im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogrammes ausgegeben wurde und mit 4 % p. a. zu verzinsen ist.

Im Berichtszeitraum wurden von Vorstand und Mitarbeitern keine Anleihen gewandelt. Aufgrund von Kündigungen bzw. Aufhebungen von Arbeitsverhältnissen kam es jedoch zu vorzeitigen Rückzahlungen. Im Vergleich zum Vorjahr bestehen für Vorstand und Mitarbeiter zum 31. Dezember 2007 keine Wandlungsrechte in Aktien mehr, da der letzte Wandlungszeitraum im Spätsommer 2007 abgelaufen ist.

Die in 2002 mit einem Gesamtnennbetrag von T€ 482 an das Management und leitende Mitarbeiter ausgegebene Wandelanleihe ist mit Beendigung der Laufzeit zum 26. August 2007 an alle Teilnehmer zum Nennbetrag in Höhe von T€ 323 zurückgezahlt worden.

(20) Die **langfristigen Darlehen** im Zusammenhang mit der Finanzierung einer Betriebsimmobilie wurden in 2007 vollständig getilgt, daher wird auf die Darstellung der Fälligkeitsstruktur des Vorjahres verzichtet.

(21) In den **lang- und kurzfristigen Schulden** sind nachfolgende finanzielle Verbindlichkeiten enthalten. Die Fälligkeitsstrukturen der zukünftigen (undiskontierten) Zins- und Tilgungszahlungen der originären finanziellen Verbindlichkeiten und der derivativen Finanzinstrumente stellen sich wie folgt dar:

Werte in T€	Zins fix	Tilgung	Zins fix	Tilgung	Zins fix	Tilgung
	Cashflows 2008		Cashflows 2009		Cashflows 2010	
Anleihen	8	312	0	0	0	0
Finanzierungsleasing	16	741	13	586	1	46
Derivate finanzielle Verbindlichkeiten	0	2.733	0	0	0	0
	24	3.786	13	586	1	46

Die Liquiditätssteuerung erfolgt über das Konzern-Treasury, das die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sicherstellt. Hierfür stehen Kreditlinien im Rahmen eines sog. Syndicated Loan sowie Assed-Backed-Securities zur Verfügung. Der Syndicated-Loan-Vertrag wurde mit einem acht Banken umfassenden Konsortium unter Führung der Deutsche Bank AG geschlossen. Die Vertragslaufzeit beträgt drei Jahre und endet im Juni 2008. Im November 2006 wurde ein ABS-Vertrag mit einer Zweckgesellschaft geschlossen. Die Laufzeit des Vertrages beträgt 5 Jahre und endet im Oktober 2011.

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

Werte in T€	2007	2006
Stand 1. Januar	2.308	1.924
Zinsaufwand	97	88
Dienstzeitaufwand	217	267
Verrechnete versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	-538	29
Stand 31. Dezember	2.084	2.308

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

Werte in %	2007	2006
Diskontierungssatz	5,5	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) Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Kategorien (Classes) und Überleitung auf Bilanzposten	Werte in T€	Bewertungs- kategorie IAS 39	Buchwert	fortgeführte An- schaffungskos- ten/Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral
			31.12.2007	Wertansatz nach IAS 39	
Aktiva					
Liquide Mittel		a)	245.170	245.170	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		a)	208.411	208.411	
Sonstige kurz- und langfristige Vermögenswerte					
Kredite und Forderungen		a)	37.004	37.004	
Wertpapiere		d)	76		
Ausleihungen		a)	0		
Finanzinstrumente, die nicht in den Anwendungsbereich von IFRS 7 fallen		-	113		
			490.774	490.585	0
Passiva					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		e)	162.434	162.434	
Anleihen und Darlehen		e)	312	312	
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten mit Hedge-Beziehungen		-	2.733		957
Verbindlichkeiten aus ABS-Transaktionen		e)	93.089	93.089	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		e)	491	491	
Verbindlichkeiten aus Finance-Lease		-	1.373		
			260.432	256.326	957

Kategorien der Finanzinstrumente nach IFRS 7

Zum 31. Dezember 2007 werden folgende Buchwerte nach Bewertungskategorien ausgewiesen:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006
a) Kredite und Forderungen	490.585	587.874
b) Bis zur Endfälligkeit zu haltende Finanzinvestitionen	0	0
c) Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
d) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte	76	330
e) Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu Restwerten bewertet werden	256.326	311.369
f) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	0	0

Konzernanhang der MEDION AG

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

147 |

8.2.2 Angaben zur Bilanz

Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2007	Buchwert 31.12.2006	fortgeführte An- schaffungskos- ten/Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2006
				Wertansatz nach IAS 39				
		245.170	271.239	271.239				271.239
		208.411	273.348	273.348				273.348
		37.004	43.188	43.188				43.188
76		76	330			330		330
		0	99	99				99
		113	122					122
76	0	490.774	588.326	587.874	0	330	0	588.326
		162.434	151.112	151.112				151.112
		312	1.527	1.527				1.527
1.776		2.733	315		111	204		315
		93.089	158.730	158.730				158.730
		491	0	0				0
	1.373	1.373	1.243				1.243	1.243
1.776	1.373	260.432	312.927	311.369	111	204	1.243	312.927

(24) 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. Zum Abschlussstichtag befanden sich 46.747.849 (31. Dezember 2006: 48.418.400) im Umlauf.

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. Dementsprechend wurde das bedingte Kapital II von € 20.000.000,00 durch Löschung des entsprechenden Passus aus der Satzung gestrichen. Die Satzungsänderung wurde am 9. Oktober 2007 im Handelsregister eingetragen.

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.

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

In der Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 wurde der Vorjahresbeschluss über den **Erwerb eigener Aktien** aufgehoben. Die Gesellschaft wird nunmehr ermächtigt, ab dem 14. Mai 2007 bis zum 13. November 2008 eigene Aktien bis zu zehn vom Hundert des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebotes erfolgen. Der Gegenwert für den Erwerb der Aktien (ohne Erwerbsnebenkosten) über die Börse darf den Mittelwert der Kurse der Aktien der Gesellschaft, die in der Mittags-Zwischenauktion (die derzeit um 13.10 Uhr stattfindet) im Xetrahandel der Frankfurter Wertpapierbörse (oder in einem an dessen Stelle tretenden Nachfolgesystem) an den letzten fünf Handelstagen vor dem Erwerb festgestellt werden, nicht um mehr als 5 % über- oder unterschreiten. Bei einem öffentlichen Kaufangebot darf er den Mittelwert der Kurse der Aktien der Gesellschaft, die in der Mittags-Zwischenauktion (die derzeit um 13.10 Uhr stattfindet) im Xetrahandel (oder in einem an dessen Stelle tretenden Nachfolgesystem) an dem achten bis dritten Tag vor dem Tag der Veröffentlichung des Angebotes festgestellt werden, um nicht mehr als 5 % unterschreiten und um nicht mehr als 10 % überschreiten.

Der Vorstand wird ermächtigt, die eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrates ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss einzuziehen.

Der Vorstand wird weiter ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates eine Veräußerung der erworbenen Aktien in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre vorzunehmen, soweit dies gegen Sachleistung zu dem Zweck erfolgt, Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen zu erwerben, und um bei einer Veräußerung erworbener eigener Aktien durch Angebot an alle Aktionäre den Inhabern der von der Gesellschaft ausgegebenen Optionsscheine, Wandelschuldverschreibungen und Wandelgenussrechte ein Bezugsrecht auf die Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- bzw. Wandelrechts zustehen würde.

Das Bezugsrecht der Aktionäre ist in den vorgenannten Fällen ausgeschlossen.

Mit der Ermächtigung soll die Gesellschaft auch in Zukunft über die Möglichkeit verfügen können, eigene Aktien zur Verfügung zu haben, um diese als Gegenleistung beim Erwerb von Unternehmen oder Beteiligungen anbieten zu können, da diese Form der Gegenleistung zunehmend durch die Globalisierung der Wirtschaft im internationalen Wettbewerb erforderlich ist. Die Gesellschaft wird mit der vorgeschlagenen Ermächtigung in die Lage versetzt, von dem Instrument des Erwerbs eigener Aktien Gebrauch zu machen,

um die mit dem Erwerb von eigenen Aktien verbundenen Vorteile im Interesse der MEDION AG und ihrer Aktionäre zu realisieren. Diese Möglichkeit zum Bezugsrechtsausschluss bei Sachleistungen zum Zwecke des Erwerbs von Unternehmen oder von Beteiligungen an Unternehmen dient somit dem Interesse der MEDION AG, in geeigneten Einzelfällen Unternehmen oder Beteiligungen an Unternehmen gegen Überlassung von Aktien der Gesellschaft erwerben zu können. Sich bietende Wachstumschancen durch Akquisitionen werden zunehmend insbesondere bei großen Transaktionsvolumina nicht in bar, sondern durch die Ausgabe eigener Aktien finanziert. Die Verwaltung wird damit in die Lage versetzt, die sich aufgrund der jeweiligen Situation bietenden Möglichkeiten kostengünstig, schnell und flexibel zu nutzen. Die Aktionäre sind dadurch auch insoweit nicht benachteiligt, als die Gesellschaft auch unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre das in der Satzung enthaltene genehmigte Kapital ausnutzen könnte.

Der Vorstand der MEDION AG hat mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 4. Juli 2007 bis zu 2.420.920 Stückaktien, das sind 5 % des derzeitigen Grundkapitals der Gesellschaft, an der Börse zurückzukaufen. Er hat damit teilweise von der entsprechenden Ermächtigung durch die Hauptversammlung vom 11. Mai 2007 Gebrauch gemacht. Bis zum 31. Dezember 2007 hat die Gesellschaft insgesamt 1.670.551 Aktien zu einem durchschnittlichen Kurswert von € 15,4369 zurückgekauft. Dies entspricht einem Gesamtbetrag von T€ 25.788.

Erwirtschaftetes Eigenkapital

Die anderen Gewinnrücklagen/Bilanzgewinn beinhalten thesaurierte Ergebnisse der Vorjahre sowie die Effekte aus der Erstanwendung von IFRS 2 in 2005 in Höhe von unverändert T€ -3.341.

Daneben haben T€ 1.055 **Währungsumrechnungsdifferenzen** das Eigenkapital verringert (Vorjahr: T€ 909). Sie resultieren im Wesentlichen aus den Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien.

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

8.3.1 Angaben zur Kapitalflussrechnung / 8.3.2 Segmentberichterstattung

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.

In Bezug auf die Anpassung der Vorjahresvergleichszahlen in der Kapitalflussrechnung verweisen wir auf „8.1.7 a) Änderung von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“.

8.3.2 Segmentberichterstattung

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, Unterhaltungselektronik sowie komplementäre Dienstleistungen. 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. Aufgrund der für die MEDION-Gruppe untergeordneten Bedeutung des US-amerikanischen Marktes wurden die Regionen „Amerika“ und „Übriges Ausland/Konsolidierung“ zusammengefasst.

Die Segmentberichterstattung erfolgt nach folgenden Grundsätzen:

- 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 Segmentbetriebs-
ergebnisse zuzüglich der Segmentabschreibungen sowie der zahlungsunwirk-
samen Aufwendungen.
- Das Segmentvermögen umfasst die Aktiva, die zur Erwirtschaftung des Betriebs-
ergebnisses des jeweiligen Segments eingesetzt werden. Die Segmentschulden
ergeben sich aus dem jeweiligen zugehörigen Fremdkapital. Konzerninterne Ver-
mögens- und Schuldposten werden in der Spalte „Übriges Ausland/ Konsoli-
dierung“ eliminiert.
- Unter den Investitionen werden die Zugänge des laufenden Geschäftsjahres in
Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte und Finanzanlagen ausgewiesen.

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Segmentberichtes ist der Darstellung auf
Seite 111 zu entnehmen.

8.3.3 Ergebnis je Aktie / 8.3.4 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Aktionären der MEDION AG zurechenbaren Konzernergebnisses durch die Anzahl der durchschnittlich im Umlauf befindlichen Aktien. Zurückgekaufte Aktien während einer Periode werden zeitanteilig für den Zeitraum, in dem sie sich im Umlauf befinden, berücksichtigt.

Der gewichtete Aktiendurchschnitt verringerte sich infolge des Aktienrückkaufs in der 2. Jahreshälfte und beziffert sich für das Geschäftsjahr 2007 auf 47.973.063 Stück.

In der dargestellten Berichtsperiode gab es keine Verwässerungseffekte, die sich aus potentiellen Stammaktien ergeben.

	2007	2006
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien	47.973.063	48.418.400
Konzernjahresüberschuss/-fehlbetrag (T€)	20.279	-65.384
Ergebnis je Aktie (unverwässert, in €)	0,42	-1,35
Ergebnis je Aktie (verwässert, in €)	0,42	-1,35

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€	2007	2006	2007	2006	2007	2006
	≤ 1 Jahr		1 Jahr < x ≤ 5 Jahre		> 5 Jahre	
Geschäfts- und Lagerräume	1.028	1.346	933	1.682	101	370
Operating-Leasingverhältnisse	1.527	882	1.679	1.149	0	0
	2.555	2.228	2.612	2.831	101	370

1. Kreditrisiken

Unter Kreditrisiko wird nach IFRS 7 das Risiko verstanden, dass eine Partei eines Finanzinstruments der anderen Partei einen finanziellen Verlust verursacht, indem sie einer Verpflichtung nicht nachkommt.

Bei der MEDION AG können Kreditrisiken insbesondere in Form von Ausfallrisiken entstehen. Wesentliche Ausfallrisiken können bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entstehen, wenn Kunden nicht in der Lage sind, ihre Verpflichtungen fristgerecht zu begleichen. Das maximale Ausfallrisiko wird durch den Buchwert der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 208.411 (Vorjahr: € 273.348) wiedergegeben. Die Reduktion des Risikos erfolgt bei der MEDION AG grundsätzlich durch die Konzentration auf Kunden mit A-Bonität. Für Kundenforderungen, die im Rahmen von ABS-Transaktionen veräußert werden, besteht ein maximales Ausfallrisiko von 3 %. Kunden, die nicht in diese Kategorien fallen, sind von untergeordneter Bedeutung und werden in der Regel kreditversichert. Die Fälligkeiten und Überfälligkeiten werden kontinuierlich überwacht und monatlich an den Vorstand gemeldet. Die Risikominderung erfolgt über Einzelwertberichtigungen und Wertberichtigungen auf Portfoliobasis.

2. Liquiditätsrisiken

Das Liquiditätsrisiko beschreibt die Gefahr, Verpflichtungen aus finanziellen Schulden nicht erfüllen zu können. Die Erläuterungen des Liquiditätsmanagements sowie eine Analyse der Fälligkeiten der finanziellen Verbindlichkeiten ist unter Punkt (22) erfolgt.

3. Marktrisiken | Währungsrisiken

Währungsrisiken im Sinne von IFRS 7 entstehen durch Finanzinstrumente, welche in einer von der funktionalen Währung abweichenden Währung denominated und monetärer Art sind. Die folgende Auflistung zeigt die wesentlichen Fremdwährungsposten zum Abschlussstichtag:

Werte in T€	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2006
	USD		GBP		Übrige	
Liquide Mittel	27	59	3.604	530	686	167
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.687	18.247	10.522	17.165	5.608	1.947
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-134.948	-80.452	-315	-660	736	-258
Saldo	-124.234	-62.146	13.811	17.035	7.030	1.856

Die zum Abschlussstichtag zur Absicherung von Währungsrisiken abgeschlossenen **Devisentermingeschäfte** haben ein Nominalvolumen von rd. US\$ 360,0 Mio. Aus der Kursentwicklung resultiert zum Abschlussstichtag ein negativer Marktwert von T€ -2.733, 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€ -655 im Eigenkapital als auch eine aktive Steuerlatenz von T€ 302 gebildet. Der erfolgsneutralen Bewertungsrücklage stehen entsprechende, zum Abschlussstichtag noch nicht bilanzwirksam gewordene Währungsverluste aus den zugehörigen schwebenden Einkaufskontrakten gegenüber. Die übrigen Marktwertänderungen der Devisentermingeschäfte von T€ 1.776 wurden aufwandswirksam verrechnet.

	Nominalwert TUS\$	Marktwert T€	Nominalwert TUS\$	Marktwert T€
	31.12.2007		31.12.2006	
Währungsbezogene Geschäfte				
Devisentermingeschäfte in US\$	360.000	-2.733	368.000	-315
Davon erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet (brutto)		-957		-111
Abzüglich latenter Steuern		302		44
Cashflow-Hedges		-655		-67
Davon erfolgswirksam verrechnet				
Fair Value Hedges		-1.776		-204

Der Marktwert 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.

3. Marktrisiken | Zinsrisiken

Mit Zinsrisiko wird das Risiko beschrieben, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Cashflows eines Finanzinstrumentes aufgrund von Änderungen des Marktzinssatzes schwanken.

Marktzinsänderungen von originären Finanzinstrumenten mit fester Verzinsung wirken sich nur dann auf das Ergebnis aus, wenn diese zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden. Somit unterliegen die Wandelanleihen keinem Zinsrisiko.

Vorhandene Liquide Mittel werden im Rahmen von „Overnight“-Anlagen oder kurzfristigen Festgeldanlagen basierend auf fix verhandelten Zinssätzen gehalten und unterliegen damit keinem Zinsrisiko.

3. Marktrisiken | Sonstige Preisrisiken

Als sonstige Preisrisiken im Sinne von IFRS 7 kommen insbesondere Risiken aus Marktpreisänderungen von Aktien sowie handelbaren Rohstoffen in Frage.

Zum 31. Dezember 2007 hat die MEDION AG keine wesentlichen Bestände an Aktien im Bestand. Eigene Anteile sind keine Finanzinstrumente, da IAS 32.11 ausdrücklich auf Eigenkapitalinstrumente anderer Unternehmen abstellt.

8.3.6 Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Bis zum 18. Februar 2008 (Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung durch den Vorstand) ergaben sich keine nennenswerten Ereignisse.

8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen

Name und Sitz	Stammkapital zum 31.12.2007	Prozentsatz der Beteiligung	Jahres- ergebnis in T€
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen	€ 25.000	100,00 %	458
2. MEDION Service GmbH, Mülheim an der Ruhr	€ 25.000	100,00 %	163
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000	100,00 %	410
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, United Kingdom	£ 400.000	100,00 %	-232
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark	DKK 500.000	100,00 %	103
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich	€ 50.000	100,00 %	140
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande	€ 650.000	100,00 %	705
8. MEDION ITALIA S.r.l., Mailand, Italien *)	€ 30.000	100,00 %	-126
9. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien	€ 5.000	100,00 %	6
10. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz	CHF 100.000	100,00 %	87
11. MEDION USA Inc., Delaware, USA	US\$ 10.100.000	100,00 %	42
12. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien	AU\$ 10.000	100,00 %	86
13. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien	SIT 2.100.000=€ 8.763	100,00 %	-4
14. MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000	100,00 %	nicht operativ
15. LIFETEC International Ltd., Hongkong, China	HK\$ 10.000	100,00 %	nicht operativ
16. MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China	HK\$ 1.000.000	100,00 %	nicht operativ

* Die Gesellschaft befindet sich seit Dezember 2007 in Liquidation.

Die Geschäftsbeziehungen zwischen der 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 nicht zum Anteilsbesitz des MEDION-Konzerns gehörenden 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/Verbindlichkeit (-) (brutto)
	2007	31.12.2007
MEDION Unterhaltungsmedien GmbH & Co. KG, Essen		
Warenlieferungen		
von MEDION AG	5.261	
an MEDION AG	-531	
Dienstleistungen	614	
	5.344	2.091
Lifetec Electronics GmbH, Essen		
Warenlieferungen	10.275	
Provisionsvertrag	31	
	10.306	448
MEDION Brachmann oHG, Essen		
Lizenzvertrag	6	-4
	15.656	2.087

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€ 1.637 (Vorjahr: T€ 784). 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 – der Bestandteil des Lageberichtes und zusammengefassten Konzernlageberichtes ist – dargestellt, auf den verwiesen wird.

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2007 26.579.018 Aktien (Gerd Brachmann 26.565.018 Stück, Christian Eigen 14.000 Stück, Dr. Knut Wolf 0 Stück). Gegenüber dem 31. Dezember 2006 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 (19) des Anhanges.

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

8.3.9 Aufsichtsrat

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)

Kaufmann

(Ehem. Mitglied des Vorstandes der HOCHTIEF AG, Essen)

SAB Spar- und Anlageberatung AG, Bad Homburg – Mitglied des Aufsichtsrates
(bis 21. August 2007)

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

Illbruck GmbH, Leverkusen – Mitglied des Aufsichtsrates (bis 16. April 2007)

HAPIMAG AG, Baar, Schweiz – Mitglied des Verwaltungsrates

ENRO Geothermie AG, Essen – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates

OWA Odenwald Faserplattenwerk GmbH, Amorbach – Mitglied des Beirates

DEMATIC GmbH & Co. KG, Offenbach – Mitglied des Beirates

(ab 1. August 2007)

Klöckner & Co AG, Duisburg – Mitglied des Aufsichtsrates (ab 20. Juni 2007)

Helmut Julius, Bottrop-Kirchhellen

Kaufmann

(Ehem. Mitglied des Vorstandes der MAN Ferrostaal AG, Essen)

Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten für ihre Tätigkeit im Berichtszeitraum eine fixe Vergütung in Höhe von T€ 135 (Vorjahr: T€ 135). Hinzu kommt ein variabler Anteil in Höhe von T€ 64 (Vorjahr: T€ 0). Im Berichtsjahr wurden Aufwandsentschädigungen in Höhe von T€ 0 gezahlt (Vorjahr: T€ 0).

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2007 unverändert zum Vorjahr 1.160 Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Dr. Rudolf Stützle 160 Stück (Vorjahr: 160 Stück), Dr. Hans-Georg Vater 1.000 Stück (Vorjahr: 1.000 Stück), Helmut Julius 0 Stück (Vorjahr: 0 Stück).

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 – der Bestandteil des Lageberichtes und zusammengefassten Konzernlageberichtes ist – dargestellt, auf den verwiesen wird.

8.3.10 Corporate Governance – Angabe gemäß § 161 AktG / 8.3.11 Erklärung nach § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB / 8.3.12 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

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 14. Juni 2007.

Am 3. Dezember 2007 haben Vorstand und Aufsichtsrat die aktualisierte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

8.3.11 Erklärung nach § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

8.3.12 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG schlagen für das Geschäftsjahr 2007 folgende Verwendung des Jahresüberschusses der MEDION AG gemäß dem Einzelabschluss vor:

- Zahlung einer Dividende von € 0,15 pro Aktie (Vorjahr: € 0,00)	T€ 7.012
- Einstellung in die Gewinnrücklagen	T€ 15.242
- Gewinnvortrag auf neue Rechnung	T€ 0
	T€ 22.254

Essen, im Februar 2008

MEDION AG

Gerd Brachmann
Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen
Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

Dr. Knut Wolf
Mitglied des Vorstandes

„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 2007 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, 18. Februar 2008

MÄRKISCHE REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Astrid Stöner
Wirtschaftsprüferin

Klaus Orzehsek
Wirtschaftsprüfer

10 Einzelabschluss der MEDION AG

10.1	Gewinn- und Verlustrechnung	_____	165
10.2	Bilanz	_____	166

Werte in T€	2007	2006
1. Umsatzerlöse	1.656.679	1.603.967
2. Sonstige betriebliche Erträge	6.904	6.839
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	1.458.628	1.437.864
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	11.296	7.947
	1.469.924	1.445.811
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	18.819	19.100
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	2.951	3.102
	21.770	22.202
5. Abschreibungen		
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	6.225	7.618
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der Kapitalgesellschaft üblichen Abschreibungen überschreiten	0	60.015
	6.225	67.633
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	140.772	171.332
7. Erträge aus Beteiligungen	780	0
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	6.726	3.439
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	5.302	5.442
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	27.096	-98.175
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (-/+ Aufwand/Ertrag)	-4.703	2.500
12. Sonstige Steuern (-/+ Aufwand/Ertrag)	-139	-349
13. Jahresüberschuss/-fehlbetrag	22.254	-96.024

Aktiva
Werte in T€
31.12.2007
31.12.2006
A. Anlagevermögen

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

1. Gewerbliche Schutzrechte

851

1.775

2. EDV-Software

3.082

5.355

 3.933

 7.130

II. Sachanlagen

1. Grundstücke und Bauten

27.209

28.025

2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

5.789

6.460

3. Geleistete Anzahlungen

342

366

 33.340

 34.851

III. Finanzanlagen

1. Anteile an verbundenen Unternehmen

3.936

3.638

2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen

0

289

3. Sonstige Ausleihungen

0

99

 3.936

 4.026

41.209

46.007
B. Umlaufvermögen

I. Vorräte

Waren

229.925

159.497

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

207.746

124.896

2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen

1.677

3.466

3. Sonstige Vermögensgegenstände

55.666

47.691

 265.089

 176.053

III. Wertpapiere

Eigene Aktien

25.788

0

IV. Kassenbestand, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten

242.423

268.811

763.225

604.361
C. Rechnungsabgrenzungsposten
2.482
2.614
D. Latente Steuern
375
526

807.291

653.508

Passiva

Werte in T€

31.12.2007

31.12.2006

A. Eigenkapital

I. Gezeichnetes Kapital	48.418	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418		
- Bedingtes Kapital: T€ 1.982 (Vorjahr: T€ 21.982)		
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)		
II. Kapitalrücklage	138.324	138.324
III. Gewinnrücklagen		
1. Rücklage für eigene Aktien	25.788	0
2. Andere Gewinnrücklagen	124.055	149.843
	149.843	149.843
IV. Jahresüberschuss (Vorjahr: Bilanzgewinn)	22.254	0

	358.839	336.585
--	----------------	----------------

B. Rückstellungen

1. Rückstellung für Pensionen	1.451	1.268
2. Steuerrückstellungen	3.561	69
3. Sonstige Rückstellungen	173.566	147.984

	178.578	149.321
--	----------------	----------------

C. Verbindlichkeiten

1. Anleihen	312	701
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	826
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	165.311	152.178
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	5.627	5.795
5. Sonstige Verbindlichkeiten	95.440	7.732

	266.690	167.232
--	----------------	----------------

D. Rechnungsabgrenzungsposten

	3.184	370
--	--------------	------------

	807.291	653.508
--	----------------	----------------

11 Finanzkalender

14. Mai 2008	Zwischenbericht zum 31. März 2008
14. Mai 2008	Hauptversammlung, Essen
12. August 2008	Halbjahresbericht zum 30. Juni 2008
12. November 2008	Zwischenbericht zum 30. September 2008
März 2009	Geschäftsbericht 2008
März 2009	Analystenkonferenz
15. Mai 2009	Zwischenbericht zum 31. März 2009
15. Mai 2009	Hauptversammlung, Essen

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

© 2008 MEDION AG Essen

MEDION[®]

www.medion.de