

MEDION®

MEDION®

**MOST
INNOVATIVE
BRAND
2010**



PLUS X AWARD®

Geschäftsbericht 2010

MEDION AG

Geschäftsbericht 2010

MEDION AG

MEDION AG Konzern in Zahlen

Werte in Mio. €	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009	01.01.- 31.12.2008	01.01.- 31.12.2007	01.01.- 31.12.2006
Umsatz	1.639	1.408	1.604	1.659	1.605
- Inland	1.219	1.071	1.091	1.118	1.076
- Ausland	420	337	513	541	529
Umsätze nach Segmenten					
- davon Projektgeschäft	1.160	1.025	1.264	*)	*)
- davon Direktgeschäft	478	383	340	*)	*)
EBIT	28	19	34	29	**)-94
Konzernergebnis	19	14	26	20	-65
Bilanzsumme	695	716	700	811	843
Eigenkapitalquote	54,5 %	51,3 %	50,7 %	44,4 %	43,4 %
Mitarbeiter	1.007	1.015	1.072	1.138	1.298
Personalaufwand	48	47	47	47	52

*) gemäß IFRS 8 erfolgt der Ausweis nach diesen Segmenten seit dem Geschäftsjahr 2009

***) davon € 100 Mio. außerplanmäßige Abschreibungen auf Vorräte und Zuführungen zur Gewährleistungsrückstellung

Aktienbezogene Daten

Grundkapital	€ 48.418.400				
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000				
ISIN	DE0006605009				
Wertpapier-Kenn-Nr.:	660500				
Notierungen	XETRA, Frankfurt am Main				
Indizes	Prime Standard All share, SDAX, CDAX, DOW JONES STOXX, GEX, Prime Industrial				
Streubesitz	45 %				
Ergebnis je Aktie (in €)	0,42	0,32	0,57	0,42	-1,35
Durchschnittliche Aktienanzahl	44.599.210	44.495.714	45.952.956	47.973.063	48.418.400
Dividende je Aktie (in €)	0,23	0,20	0,15	0,15	0,00

Inhalt

1	Vorwort des Vorstandes	_____	4
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	8
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	13
4	Marketing und Design	_____	26
5	Zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG	_____	68
6	MEDION-Aktie	_____	130
7	Konzernabschluss der MEDION AG	_____	136
8	Konzernanhang der MEDION AG	_____	148
9	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers	_____	200
10	Einzelabschluss der MEDION AG	_____	202
11	Finanzkalender	_____	207

Impressum

1	Vorwort des Vorstandes	_____	4
2	Bericht des Aufsichtsrates	_____	8
3	Corporate-Governance-Bericht	_____	13

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im Geschäftsjahr 2010 haben wir die – mit Vorlage des Geschäftsberichtes im März 2010 – veröffentlichten Jahresziele des MEDION-Konzerns bei Umsatz und Ergebnis deutlich übertroffen.

Wir hatten damals ein Umsatzwachstum in der Größenordnung von 5–7 % und ein Ergebniswachstum (EBIT) in der Größenordnung von 15–20 % prognostiziert.

Heute zeigen wir einen Umsatz von € 1,64 Mrd., das sind 16,4 % Steigerung gegenüber dem Vorjahr, und ein operatives Ergebnis (EBIT) in Höhe von € 28,1 Mio., das sind 50 % Zuwachs gegenüber dem Vorjahr. Zu dieser erfreulichen Entwicklung haben alle Quartale des Geschäftsjahres 2010 beigetragen. Daher schlägt die Verwaltung den Aktionären auf der Hauptversammlung am 18. Mai 2011 die Ausschüttung einer Dividende von 23 Cent je Aktie vor.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung nach Segmenten

Sowohl das Segment Projektgeschäft, in dem moderne und designorientierte Konsumelektronik mit den international aufgestellten großen Handelsketten abgewickelt wird, als auch das Segment Direktgeschäft mit Dienstleistungen für Endkonsumenten, insbesondere aus den Bereichen Telekommunikation und Fotoservice, haben im Umsatz und beim Ergebnis deutlich zugelegt.

Das Direktgeschäft mit einem Umsatz von € 478 Mio. prägt inzwischen mit 29 % Umsatzanteil und einem überproportionalen Wachstum von 24 % im abgelaufenen Geschäftsjahr die Entwicklung von MEDION. Damit haben wir auch unser strategisches Ziel, in diesem Segment über 25 % des Konzernumsatzes zu erreichen, bereits im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich übererfüllt. Positiv ist auch, dass das Direktgeschäft bereits mit 44 % zum Ergebnis des Gesamtkonzerns beiträgt.

Im Projektgeschäft stand der Rohertrag erwartungsgemäß insbesondere im ersten Halbjahr unter starkem Druck infolge der Verteuerung des US-Dollar und aufgrund von Überbeständen im Markt als Nachlauseffekt der Finanzmarktkrise. Das gestiegene Volumen, sowohl nach Stücken als auch bezogen auf den Umsatz, konnte den qualitativen Rohertragsrückgang jedoch gut kompensieren.

Erfolgreiche Umsetzung des Geschäftsmodells

Die vor fünf Jahren eingeleitete Neuausrichtung des Konzerns als auf Kernkompetenzen fokussiertes Unternehmen mit den Säulen Projekt- und Direktgeschäft sowie einer effizienten Kostenstruktur ist damit erfolgreich vollzogen.

MEDION ist für die Industrie und die Partner im Handel aufgrund der schnellen Umsetzungskapazität bei großvolumigen Projekten in ganz Europa, aber auch bei neuen technologischen Entwicklungen der Consumer-Electronics-Industrie gut aufgestellt. Im Bereich der Dienstleistungen rund um Mobilfunkangebote und den europäisch ausgerichteten Fotoservice sind die Ziele im Segment Direktgeschäft früher als erwartet erreicht worden. Getragen von einer auf 54,5 % angestiegenen Eigenkapitalquote und einem sehr effizienten Management der europaweiten After-Sales-Aktivitäten im Bereich Kundenservice, Call-Center und Reparaturdienstleistungen haben wir eine gute Positionierung von MEDION im europäischen Wettbewerbsumfeld erreicht.

Design und Wettbewerbsauszeichnungen

MEDION hat im Jahr 2010 unter anderem die Auszeichnung „Hardware-Hersteller des Jahres“ der COMPUTER BILD erhalten und sich wiederum in vielen europäischen Kernmärkten unter den Top 5 der jeweiligen Anbieter von Consumer-Electronics-Produkten, insbesondere in den Bereichen Notebook und Desktop-PC, etabliert. Im Juli 2010 wurde MEDION in Großbritannien „Best Desktop PC Brand“ (PC Advisor), im September 2010 wurde der Fotoservice Testsieger der Stiftung Warentest (Ausgabe 9/2010) im Bereich „digitale Fotos, Bestellung über das Internet“. Hinzu kommt der renommierte Plus X Award für MEDION als innovativste Marke im Bereich Informationstechnologie im Jahr 2010. Damit hat MEDION in den vergangenen drei Jahren für seine Produkte national und international mehr als 50 Auszeichnungen erhalten.

Konjunktur in 2011

Die deutsche Wirtschaft bleibt auf Wachstumskurs. Das bereits in 2010 stark angestiegene Bruttoinlandsprodukt wird nach Ansicht der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute auch in 2011 weiter wachsen. Dabei soll der private Konsum, der sich bereits im gesamten Jahresverlauf 2010 als Stütze der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erwies, angesichts des anhaltenden Beschäftigungsaufbaus, der Stärkung der Einkommen und einer weiterhin ruhigen Preisentwicklung seine zentrale Rolle beibehalten. Hier könnten allenfalls steigende Energie- und Rohstoffpreise im Zuge des konjunkturellen Aufschwungs die freien verfügbaren Einkommen der Verbraucher beeinträchtigen.

Ausblick für den MEDION-Konzern

Im Projektgeschäft kann in 2011 die genaue Entwicklung aufgrund der fehlenden Prognose-sicherheit für das entscheidende vierte Quartal noch nicht vorhergesagt werden. Rückläufige Preispunkte und der Trend zu kompakten, kleineren und damit auch günstigeren PC-/Multi-media-Produkten erschweren hier Umsatzsteigerungen und lassen uns zurzeit sogar von einem leichten Umsatzrückgang ausgehen. Der erwartete Umsatzanstieg im Direktgeschäft kann dies jedoch kompensieren, so dass für das Jahr 2011 insgesamt ein Umsatz in der Größenordnung des Vorjahres erwartet wird.

1 Vorwort des Vorstandes

7 |

Auf der Ertragsseite werden sich bei annähernd gleicher Rohmargenstruktur der Umsatzrückgang im Projektgeschäft und die verbesserte Effizienz bei Reparaturen und im Call-Center-Bereich in niedrigeren Aufwendungen für den Kundenservice positiv auswirken.

Damit sollte der MEDION-Konzern in die Lage versetzt werden, beim Ergebnis (EBIT) eine Steigerung in der Größenordnung von 15–20 % zu erreichen. Unverändert geht jedoch das Bestreben des Vorstandes dahin, die Kostenstruktur und die Rohmargensituation zu verbessern.

Daher ist der MEDION-Vorstand der festen Überzeugung, dass es gelingen wird, gemeinsam mit den hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und den Partnern in der Industrie und im Handel das Geschäftsmodell erfolgreich weiterzuentwickeln. Darüber hinaus wird die Marke MEDION durch Design, Internationalität und hohen technologischen Anspruch weiter gestärkt werden.

Der Vorstand der MEDION AG dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Konzern für ihr Engagement und die Begeisterung für die Marke und die Produkte von MEDION, die damit einen wesentlichen Baustein für den wirtschaftlichen Erfolg darstellen.

Wir werden weiterhin alle Anstrengungen unternehmen, um MEDION erfolgreich voranzubringen, und bitten Sie, uns auf diesem Weg als Konsument, Partner und Aktionär der Gesellschaft zu begleiten.

Der Vorstand



Gerd Brachmann



Christian Eigen

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2010 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. Die Zusammenarbeit mit dem Vorstand war durch einen intensiven und offenen Austausch gekennzeichnet. 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 2010 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 Projekte und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen ausführlich informiert. Darüber ist – sofern erforderlich – im schriftlichen Verfahren beschlossen worden.

Schwerpunkte der intensiven Beratungen waren neben der regelmäßigen Erörterung der geschäftlichen Entwicklung in der Sitzung am 9. Februar 2010 die Diskussion der Planung für das laufende Geschäftsjahr sowie der Eckwerte für das Folgejahr. Darüber hinaus wurden Möglichkeiten der Geschäftserweiterung diskutiert. Daneben wurden die Revisions-themen für das Geschäftsjahr 2010 verabschiedet.

Die Sitzung am 10. März 2010 diente in erster Linie der Behandlung des Jahres- und des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2009. Dabei wurde der Rechnungslegungs-standard IFRS 8.34 intensiv erörtert. Der Aufsichtsrat hat in dieser Sitzung auch die Tagesordnung für die Hauptversammlung der MEDION AG am 26. Mai 2010 mit den Beschlussvorschlägen verabschiedet.

Die Sitzung am 26. Mai 2010 wurde genutzt, um die aktuelle Geschäftslage mit den Planungsansätzen abzugleichen sowie die Prüfungsinhalte und -zeiträume der Internen Revision festzulegen.

In der Sitzung des Aufsichtsrates am 9. September 2010 waren neben den Ausführungen des Vorstandes zur Geschäftslage der Bericht zu Risiken aus Rechtsstreitigkeiten und die Organisationsanalyse im Bereich Allgemeiner Einkauf Anlass zu intensiven Beratungen.

Auf der Sitzung am 1. Dezember 2010 wurden die ersten Erkenntnisse zu der Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres und die Einschätzungen des Vorstandes zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells erörtert. Des Weiteren befasste sich der Aufsichtsrat mit der Vorstandsvergütung, über die im folgenden Abschnitt „Corporate Governance“ auf den Seiten 17 und 18 berichtet wird. Ebenso wurde der Aufsichtsrat umfassend über die Corporate-Governance- und Compliance-Aktivitäten im MEDION-Konzern informiert. Nach intensiver Diskussion der Änderungen vom Mai 2010 im Deutschen Corporate Governance Kodex und seinen Auswirkungen auf die Gesellschaft verabschiedete der Aufsichtsrat eine Aktualisierung der Erklärung gemäß § 161 AktG. Darüber hinaus wurden die Ergebnisse der Internen Revision erörtert. Ebenso wurde die IT-Investitionsplanung vorgestellt.

Auch außerhalb der Sitzungen stand insbesondere der Aufsichtsratsvorsitzende in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand und ließ sich auf der Grundlage von Kennziffern über die aktuelle Entwicklung der Geschäfte und über wesentliche Geschäftsvorfälle informieren. Ferner wurden die zu veröffentlichenden Zwischenberichte (Quartalsberichte zum ersten und dritten Quartal sowie der Halbjahresfinanzbericht) mit dem Aufsichtsrat abgestimmt.

Die Themen regelmäßiger Erörterungen im Aufsichtsrat waren die wirtschaftliche Entwicklung auf den wesentlichen Beschaffungs- und Absatzmärkten für MEDION und die Umsatz-, Ergebnis- und Beschäftigungsentwicklung sowie die finanzielle Lage des Konzerns.

Gegenstand der Beratungen im abgelaufenen Geschäftsjahr war auch der Deutsche Corporate Governance Kodex, insbesondere mit den Änderungen vom 26. Mai 2010. Die in der Sitzung des Aufsichtsrates am 1. Dezember 2010 aktualisierte Entsprechenserklärung wurde den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

Der Corporate-Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex kann dem nachfolgenden Kapitel entnommen werden.

Der Aufsichtsrat hat sich gemäß Ziffer 5.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex verpflichtet, regelmäßig die Effizienz seiner Tätigkeit zu überprüfen. Dies erfolgte fortlaufend und insbesondere in der Sitzung am 1. Dezember 2010 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
- Interne Revision
- Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und Prüfung von Verbesserungsvorschlägen

Der Aufsichtsrat hatte die Ergebnisse seiner Effizienzprüfung erörtert. Dabei haben sich keine wesentlichen Änderungserfordernisse in der Struktur sowie bei den Inhalten der Aufsichtsratsstätigkeit ergeben.

Der vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellte Jahresabschluss (Einzelabschluss) für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2010 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 Prüfungsauftrag hat der Aufsichtsrat entsprechend dem Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Mai 2010 vergeben. Der Abschlussprüfer erteilte einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Der Konzernabschluss der MEDION AG wurde gemäß § 315a HGB auf der Grundlage der internationalen Rechnungslegungsstandards IFRS aufgestellt. Der Vorstand ist wie im Vorjahr der Überzeugung, dass die in IFRS 8.34 geforderte Angabe der Gesamtbeträge der Umsatzerlöse mit wichtigen externen Kunden, die sich jeweils auf mindestens 10 % der Umsatzerlöse des MEDION-Konzerns belaufen, nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung geeignet ist, dem Unternehmen einen erheblichen Nachteil zuzufügen. Der Vorstand hat sich daher vor dem Hintergrund von § 131 Abs. 3 Satz 1 AktG und der im Handelsrecht für eine Umsatzaufgliederung bestehenden Schutzklausel des § 286 Abs. 2 HGB entschlossen, eine solche Aufgliederung der Umsatzerlöse im Konzernabschluss nach IFRS zu unterlassen und die insoweit zwangsläufige Einschränkung des Bestätigungsvermerks des Abschlussprüfers wegen dieser fehlenden Angabe der Umsätze mit wichtigen Kunden im Sinne von IFRS 8.34 hinzunehmen. Der Aufsichtsrat hat sich wie im Vorjahr nach sorgfältiger Prüfung der Auffassung des Vorstandes angeschlossen. Die Einschränkung des Bestätigungsvermerks bezieht sich ausdrücklich lediglich auf diese unterlassene Angabe im Anhang gemäß IFRS 8.34. Der Abschlussprüfer hat im Übrigen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichtes festgestellt und bestätigt, dass der Konzernabschluss und Konzernlagebericht unter Beachtung der übrigen geltenden Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.

Das Auftragsverhältnis zwischen der MEDION AG und der Prüfungsgesellschaft hat die Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex erfüllt. Der Aufsichtsrat beauftragte den Abschlussprüfer mit der Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses sowie mit der prüferischen Durchsicht des Halbjahresfinanzberichtes. 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 Risikofrüherkennungssystem geprüft. Er bescheinigt der MEDION AG, dass der Vorstand die nach § 91 Abs. 2 AktG geforderten Maßnahmen getroffen hat und das Risikofrüherkennungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden können, frühzeitig zu erkennen.

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 10. März 2011 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.

Nach seiner eigenen Prüfung des Jahresabschlusses der MEDION AG, des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichtes hat der Aufsichtsrat die Berichte des Abschlussprüfers 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 10. März 2011 gebilligt. Der Jahresabschluss der MEDION AG ist damit festgestellt. Dem Vorschlag des Vorstandes, den Bilanzgewinn der AG von T€ 21.327 zur Zahlung einer Dividende von € 0,23 je dividendenberechtigter Stückaktie zu verwenden und den verbleibenden Betrag in Höhe von T€ 11.067 in die Gewinnrücklagen einzustellen, stimmt der Aufsichtsrat nach seiner eigenen Prüfung zu. Die vorgeschlagene Gewinnausschüttung ist nach seiner Einschätzung im Hinblick auf den erwirtschafteten Gewinn einerseits und unter Berücksichtigung des nach wie vor unsicheren wirtschaftlichen Umfeldes andererseits angemessen.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der MEDION AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2010 erstellt und dem Aufsichtsrat ausgehändigt. Der Abschlussprüfer hat auch diesen Bericht geprüft, das Ergebnis seiner Prüfung schriftlich festgehalten und folgenden Bestätigungsvermerk gemäß § 313 Abs. 3 AktG 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 Vorstand der MEDION AG.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der MEDION AG im In- und Ausland sowie der Arbeitnehmervertretung für ihr persönliches Engagement und die in einem herausfordernden Umfeld geleistete Arbeit.

Essen, im März 2011

Der Aufsichtsrat



Dr. Rudolf Stütze
Vorsitzender

3	Corporate-Governance-Bericht Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat		
3.1	Grundsätze	_____	14
3.2	Umsetzung des Deutschen Corporate Governance Kodex	_____	14
3.3	Vorstand und Aufsichtsrat	_____	16
3.4	Hauptversammlung und Internet-Informationen	_____	21
3.5	Compliance	_____	23
3.6	Rechnungslegung und Abschlussprüfung	_____	24

3.1 Grundsätze

Corporate Governance ist die verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle des Unternehmens.

Über die Corporate Governance bei MEDION berichtet der Vorstand – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex 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 Umsetzung des Deutschen Corporate Governance Kodex

Die von der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 18. Juni 2009 beschlossenen Änderungen des Kodex sind am 5. August 2009 durch das Bundesministerium der Justiz im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht worden und damit verbindlich. Bedeutsam sind u. a. die geänderten Empfehlungen hinsichtlich der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung. Aufgrund der im August 2008 neu gefassten Vorstandsverträge und der bestehenden Vergütungsregelung für den Aufsichtsrat wurden diese Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex bei MEDION nicht umgesetzt. Nach den Beratungen von Vorstand und Aufsichtsrat in ihrer gemeinsamen Sitzung am 10. Dezember 2009 sind diese Punkte in der geänderten Entsprechenserklärung angemerkt. Diese Entsprechenserklärung ist wirksam für die Zeit vom 10. Dezember 2009 bis zum 30. November 2010. Unverändert zu den Vorjahren gilt die Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können.

Weiterhin hat die „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 26. Mai 2010 neue Empfehlungen beschlossen, durch die insbesondere der Anteil von Frauen in Gremien deutscher Unternehmen erhöht und die Professionalität des Aufsichtsrates insgesamt erweitert werden soll. Unter anderem soll der Aufsichtsrat künftig konkrete Ziele für seine Zusammensetzung benennen. Diese sollen, unter Beachtung der unternehmensspezifischen Situation, insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen vorsehen (Ziffer 5.4.1 DCGK).

Bei MEDION besteht der Aufsichtsrat aus einem branchenfremden Industrievertreter mit großem Know-how in logistischen Prozessen, weltweitem Handel und Dienstleistungen, einem international anerkannten Finanzfachmann, der über zehn Jahre Finanzvorstand einer international operierenden Gesellschaft war, und einem ausgewiesenen Kenner der Finanzmärkte, der über 30 Jahre Leitungsfunktionen in einer internationalen Bank wahrgenommen hat. Der in dieser Zusammensetzung in der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 gewählte Aufsichtsrat ist im besonderen Maße geeignet, bei der unternehmensspezifischen Situation von MEDION Aufsichts- und Kontrollfunktionen wahrzunehmen, da in der von schnellen Entwicklungen geprägten internationalen Welt der Consumer-Electronics-Produkte und der Ausrichtung von MEDION auf die internationalen Handelsketten gerade die Kenntnisse der Prozesse international agierender Handelsunternehmen sowie das damit verbundene Finanztransaktions-Know-how entscheidend sind.

Im Falle einer Änderung der Zusammensetzung des Aufsichtsrates werden die vorerwähnten Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex bei den Überlegungen zu einer Neubesetzung des Aufsichtsrates berücksichtigt werden.

Den spezifischen Anforderungen des Geschäftsmodells der MEDION AG trägt auch die seit Unternehmensgründung bzw. Börsengang in weiten Teilen unverändert gebliebene Vorstands- und Führungsstruktur des Unternehmens Rechnung. Beide Vorstandsmitglieder verantworten operative Bereiche, in denen enthalten sind die wesentlichen Geschäftsprozesse bei Einkauf, Logistik, Finanzplanung und Controlling sowie die direkte Führung von wesentlichen Unternehmensfunktionen wie Informationstechnik, Vertrieb, Personal und Strategie. Die so genannte erste Führungsebene im Unternehmen ist dem Vorstand über Zielvorgaben und Berichtspflichten direkt verantwortlich. Die meisten Führungspositionen sind seit Jahren langfristig und kompetent besetzt, knapp 20 % davon mit Frauen. MEDION strebt an, den Anteil von Frauen in Führungspositionen mittelfristig auf 30 % zu erhöhen.

Umsetzung der Anregungen

MEDION folgt bereits seit Jahren den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Vorstand und Aufsichtsrat befassen sich regelmäßig intensiv mit der Erfüllung der Kodex-Vorgaben. Auf Basis dieser Beratungen haben Vorstand und Aufsichtsrat zum 1. Dezember 2010 die aktuelle Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und auf der Website der Gesellschaft öffentlich zugänglich gemacht.

Neben den Empfehlungen enthält der Kodex eine Reihe von Anregungen für eine gute und verantwortungsbewusste Corporate Governance und Unternehmensführung, deren Einhaltung nach den gesetzlichen Bestimmungen nicht offengelegt werden muss.

MEDION erfüllt sämtliche Anregungen bis auf Kodex-Ziffer 2.2.1 Abs. 2 S. 2, nach der die Hauptversammlung über die Billigung des Systems der Vergütung der Vorstandsmitglieder beschließt. Aufgrund der besonderen Eigentümerstruktur bei MEDION wurde eine entsprechende Beschlussfassung bisher nicht vorgesehen.

Darüber hinaus enthält die erfolgsorientierte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder (Kodex-Ziffer 5.4.6 Abs. 2 S. 2) bisher keine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogenen Bestandteile, da bei dem Geschäftsmodell von MEDION die Ermittlung, Objektivierung und Quantifizierung langfristiger Erfolgsparameter schwierig ist.

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 Vorstandsmitglieder der MEDION AG abgeschlossen. Eine Anpassung an die Vorgaben des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung wird fristgerecht erfolgen.

Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf. Kein Mitglied des Aufsichtsrates der MEDION AG ist ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft.

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 zweiköpfigen Vorstand und einen dreiköpfigen Aufsichtsrat umfasst.

Der Vorstand

Der Vorstand der MEDION AG besteht seit dem 1. Oktober 2009 aus zwei Personen. Aufgrund des zum 30. September 2009 ausgelaufenen Vorstandsvertrages von Herrn Dr. Knut Wolf ist dieser vereinbarungsgemäß aus dem Vorstand der Gesellschaft ausgeschieden. Der Vorstand 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 des Vorstandes.

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 Besteldauer 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 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 variable Vergütung gemäß der im August 2008 neu gefassten vertraglichen Regelungen besteht aus folgenden Elementen. Aus einer gewinnabhängigen Tantieme, deren Höhe sich nach dem operativen Ergebnis (EBIT) der Gesellschaft bestimmt. Des Weiteren haben die Vorstandsmitglieder zusätzlich einen Anspruch auf eine aktienbasierte Vergütung. Diese bemisst sich nach dem Erreichungsgrad individuell vereinbarter Ziele. Die gewährten Aktien unterliegen einer zweijährigen Sperrfrist, innerhalb derer sie nicht verkauft oder anderweitig übertragen werden dürfen. Für außerordentliche, nicht vorhersehbare Entwicklungen hat der Aufsichtsrat einen für jedes Vorstandsmitglied individuellen Höchstbetrag festgelegt, der maximal vergütet wird.

Die Vorstandsmitglieder erhalten zusätzlich Nebenleistungen in Form von Sachbezügen; diese bestehen im Wesentlichen aus dem nach steuerlichen Richtlinien anzusetzenden Wert der privaten Dienstwagennutzung sowie von Versicherungsprämien. Als Vergütungsbestandteil sind diese Nebenleistungen vom einzelnen Vorstandsmitglied zu versteuern. Eine Zusage für Leistungen aus Anlass der vorzeitigen Beendigung der Vorstandstätigkeiten infolge eines Kontrollwechsels („Change-of-Control-Regelung“) besteht nicht.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates informiert die Hauptversammlung über die Grundzüge des Vergütungssystems und deren Veränderung. Die Bekanntgabe der Gesamtvergütung des Vorstandes erfolgt im Konzernanhang. 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 107–109 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 Konzernanhang. 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 109–110 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.

3 Corporate-Governance-Bericht

Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat

19 |

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 1. Dezember 2010 hat der Aufsichtsrat gemäß Ziffer 5.6 des Kodex die Effizienz seiner Tätigkeit anhand diverser Kriterien überprüft.

Schwerpunkte dieses Selbstevaluierungsprozesses waren:

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

Der Aufsichtsrat hat bei der turnusgemäßen Effizienzprüfung festgestellt, dass der Aufsichtsrat effizient und organisiert ist und dass die Zusammenwirkung von Vorstand und Aufsichtsrat sehr gut funktioniert.

Der Aufsichtsrat hat in der Sitzung vom 1. Dezember 2010 folgende Ziele hinsichtlich seiner Zusammensetzung verabschiedet:

- Beibehaltung der Besetzung des Aufsichtsrates mit Mitgliedern mit besonderem Bezug zu den für die Gesellschaft relevanten Bereichen Handel, Internationalität und Finanzen
- Berücksichtigung besonderer Kenntnisse und Erfahrungen aus den Bereichen Rechnungslegung und interne Kontrollverfahren
- Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder
- Vermeidung von Interessenkonflikten
- Berücksichtigung von Kenntnissen der unternehmensspezifischen Themen eines international agierenden Handels- und Dienstleistungskonzerns

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 wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr keine Aktiengeschäfte von Mitgliedern des Aufsichtsrates gemeldet.

Der Vorstandsbesitz hat sich im März 2010 für Herrn Gerd Brachmann um 24.451 Stück und für Herrn Christian Eigen um 22.988 Stück aufgrund der Zuteilung im Rahmen der erfolgsabhängigen Tantieme der Vorstandsvergütung erhöht. Für die zugeteilten Aktien gelten 2-jährige Sperrfristen sowie weitere Bedingungen für den Verkauf bzw. die Übertragung. Am 9. April 2010 hat Herr Christian Eigen 5.000 Stück MEDION-Aktien verkauft. Bei vorgenanntem Verkauf von MEDION-Aktien handelte es sich um keine Stücke aus dem Aktienoptionsprogramm für den Vorstand als Teil der variablen Vergütung. Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2010 26.641.532 Stück Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Gerd Brachmann 26.597.844 Stück, Christian Eigen 43.688 Stück.

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

3.4 Hauptversammlung und Internet-Informationen

Die Aktionäre der MEDION AG nehmen ihre Rechte in der Hauptversammlung der Gesellschaft wahr, in der der Vorsitzende des Aufsichtsrates den Vorsitz führt. In der jährlichen Hauptversammlung, die seit der Hauptversammlung 2006 im Internet (aufgrund der Persönlichkeitsrechte der Aktionäre jedoch ohne Übertragung der Aussprache der Aktionäre) 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 26. Mai 2010 bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden. Auch zur kommenden Hauptversammlung am 18. Mai 2011 in Essen werden die Aktionäre diese Möglichkeiten haben.

Sämtliche Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung sind auf der MEDION-Website verfügbar. Direkt im Anschluss an die Hauptversammlung werden die Präsenz und die Abstimmungsergebnisse im Internet veröffentlicht.

Bei der MEDION AG ist das Anmelde- und Legitimationsverfahren zur Hauptversammlung auf den international üblichen so genannten Record Date umgestellt und dadurch vereinfacht.

Bei MEDION 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. Bei der Einladung zur Hauptversammlung werden die Anforderungen durch das Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrechterichtlinie (ARUG) vom 30. Juli 2009 hinsichtlich der Angaben zur Vollmachtserteilung und zum stimmberechtigten Aktienbesitz umgesetzt. Durch entsprechende Satzungsänderung in der Hauptversammlung am 26. Mai 2010 wurde das Teilnahmerecht der Aktionäre an der Hauptversammlung den neuen gesetzlichen Bestimmungen angepasst. Zur Teilnahme an der Hauptversammlung, zur Ausübung des Stimmrechts und zur Stellung von Anträgen sind nur diejenigen Aktionäre berechtigt, die sich rechtzeitig vor der Hauptversammlung anmelden. Die Anmeldung muss der Gesellschaft oder einer in der Einladung zur Hauptversammlung bezeichneten Stelle mindestens sechs Tage vor der Versammlung zugehen. Der Tag der Versammlung und der Tag des Zugangs sind nicht mitzurechnen.

Die Aktionäre haben in der jährlichen Hauptversammlung die Möglichkeit, ihre Rechte wahrzunehmen und dort ihr Stimmrecht auszuüben. Das Stimmrecht kann von den Aktionären entweder selbst oder durch einen von ihnen gewählten Bevollmächtigten oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausgeübt werden. Weisungen zur Stimmrechtsausübung an den Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft können vor sowie während der Hauptversammlung bis zum Ende der Generaldebatte erteilt 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

Über wesentliche Termine werden die Aktionäre regelmäßig mit einem Finanzkalender unterrichtet, der im Geschäftsbericht, in den Quartalsberichten sowie auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht ist.

Die Unternehmenskommunikation und die Investor-Relations-Aktivitäten der Gesellschaft folgen dem Ziel, allen Zielgruppen die gleichen Informationen zum gleichen Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen. Zur Gewährung 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 werden die durch das Gesetz zur Umsetzung der Transparenzrichtlinie der Europäischen Union normierten neuen Schwellenwerte berücksichtigt. Der MEDION AG sind im Berichtszeitraum 2010 Meldungen über den Stimmrechtsbesitz von den Fondsgesellschaften Orbis (14,95 % der Stimmrechte) und Sparinvest (3,92 % der Stimmrechte) zugegangen.

Angaben zum Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat werden auch im Konzernanhang veröffentlicht.

3.5 Compliance

Zu einer guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken. Das Risikomanagement des MEDION-Konzerns wird durch die beiden Instrumente Controlling und Frühwarnsystem unter dem Dach eines strategischen Controllings geführt. Das interne Kontrollsystem dient zur Sicherung des Vermögens, der Verlässlichkeit und Genauigkeit des Rechnungswesens, der betrieblichen Effizienz und der Einhaltung der vorgeschriebenen Geschäftspolitik. Wichtige Elemente sind das Prinzip der Funktionstrennung und das Vieraugenprinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert. Das systematische Risikomanagement im Rahmen des wertorientierten Konzernmanagements bei MEDION soll dazu beitragen, dass Risiken frühzeitig erkannt und die Risikopositionen optimiert werden. Ein ausführlicher Risikobericht ist im Konzernlagebericht in diesem Geschäftsbericht veröffentlicht.

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

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

Der bei MEDION eingerichtete Compliance-Ausschuss besteht aus dem Mitglied des Vorstandes für Finanzen sowie den Abteilungsleitern Personal und Investor Relations.

MEDION hat seit dem Geschäftsjahr 2008 mit allen Führungskräften bzw. Mitarbeitern aus Bereichen, die eigenständig Aufträge an Dritte vergeben können, Zusatzvereinbarungen zu den bestehenden Arbeitsverträgen geschlossen, die es den Mitarbeitern untersagen, Geldgeschenke oder sonstige geldwerte Vorteile zur persönlichen Verwendung für sich oder für Dritte anzunehmen sowie darüber hinaus so genannte Schmiergeldzahlungen seitens der Handelspartner, Hersteller oder Geschäftspartner anzunehmen oder zu leisten. Alle im Geschäftsjahr 2010 hinzugekommenen neuen Führungskräfte haben diese Vereinbarung ebenfalls unterschrieben.

Compliance-Aufklärung

Am 23./29. November 2010 und am 7./15. Dezember 2010 wurden alle betroffenen Führungskräfte in vier Informationsveranstaltungen über die neuen Anforderungen an Compliance, die aktuellen Vorschriften und die praktische Umsetzung im MEDION-Konzern informiert.

Dazu gehören auch Hinweise zum Insiderrecht, zu den Gesetzen zur Korruptionsbekämpfung und zu den kartellrechtlichen Vorschriften sowie die Vorstellung so genannter Code-of-Conduct-Anforderungen. Des Weiteren wurde über die Notwendigkeit von Chinese-Wall-Bereichen im MEDION-Konzern berichtet, den gesetzeskonformen Umgang mit möglichen Insiderinformationen, die neuen Anforderungen an den Datenschutz und die Vorbildfunktion der Führungskräfte für ihre jeweiligen Bereiche.

Alle Personen mit Zugang zu Insiderinformationen – Mitarbeiter und Außenstehende –, für die der Zugang zu Informationen unerlässlich ist, um ihre Aufgaben bei MEDION wahrnehmen zu können, werden in entsprechenden Insiderverzeichnissen, die in der Personalabteilung geführt werden, dokumentiert.

3.6 Rechnungslegung und Abschlussprüfung

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

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

Anlässlich der Hauptversammlung am 26. Mai 2010 wurde auf Vorschlag des Aufsichtsrates die Märkische Revision GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, zum Abschlussprüfer des Jahresabschlusses der MEDION AG und des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2010 sowie zum Prüfer für die prüferische Durchsicht des Halbjahresfinanzberichtes für das erste Halbjahr des Geschäftsjahres 2010 bestellt.

3 Corporate-Governance-Bericht

Gemeinsamer Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat

25 |

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)

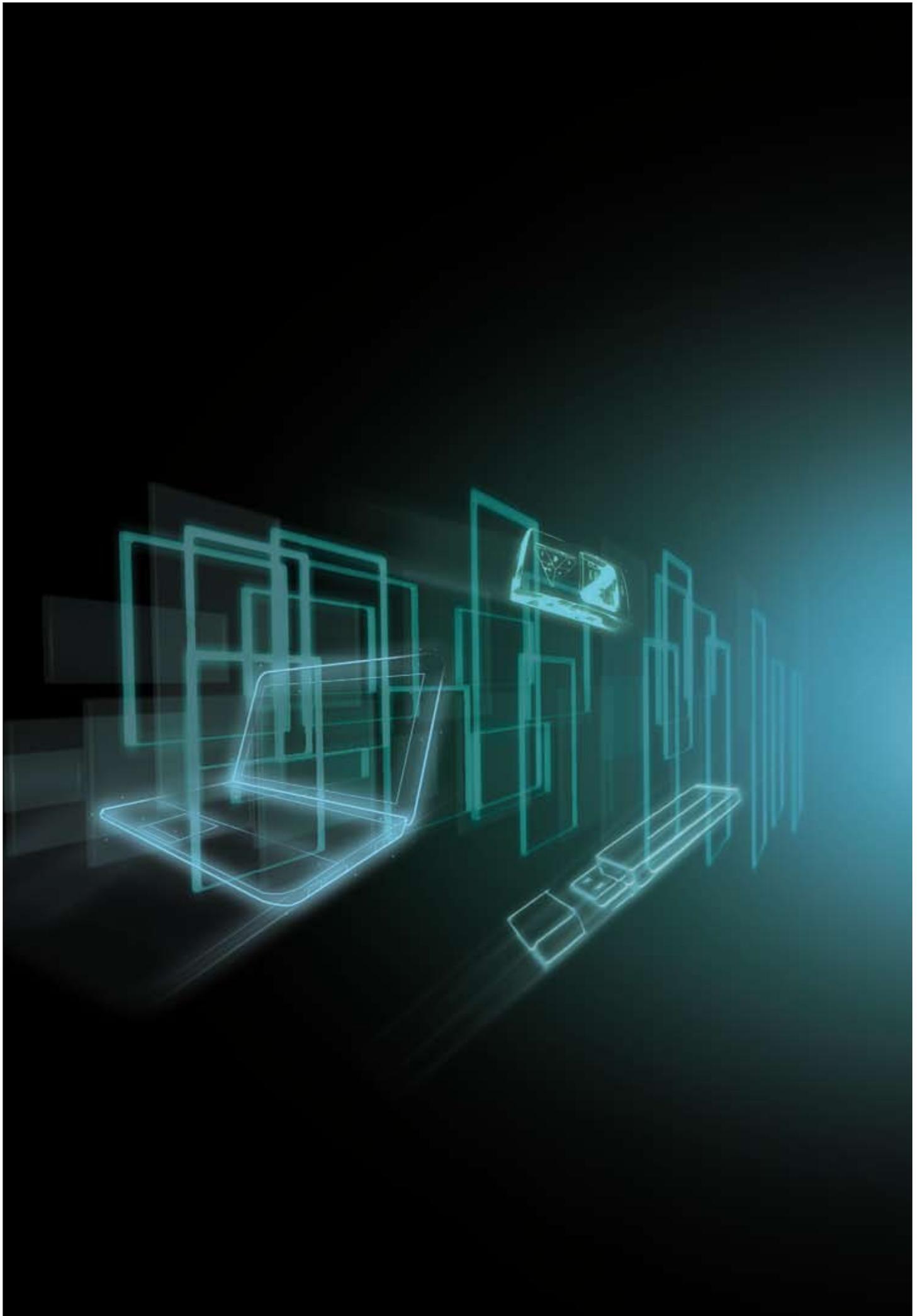
Für den Vorstand der MEDION AG



Gerd Brachmann (Vorsitzender)

4 Marketing und Design

4.1	Marketing	_____	28
4.2	Design	_____	48



Die Marke MEDION

MEDION – eine starke Marke. Als führendes europäisches Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Consumer Electronics positioniert sich MEDION als moderne Marke, die Technikprodukte in hochwertiger Qualität mit außergewöhnlichem Design zu einem fairen Preis breiten Käuferschichten zugänglich macht.

Das positive Image der Marke MEDION und die Kernbotschaft des Unternehmens hinsichtlich Qualität, Design und Service konnten in 2010 gestärkt werden. MEDION präsentierte sich in den Werbemaßnahmen als unkonventionelle, zukunftsorientierte, innovative und unverwechselbare Marke mit hohem Wiedererkennungswert.

Der Markenauftritt wurde durch vielfältige Werbemittel und umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen gestützt. MEDION erreichte dadurch eine langfristige Kundenbindung und konnte gleichzeitig neue attraktive Zielgruppen ansprechen. Verkaufsorientierte Werbemittel lösten konkrete Kaufimpulse aus und förderten den Abverkauf. Die eingesetzten Awareness-Kampagnen zahlten auf die Markenbekanntheit ein.

MEDION[®]
www.medion.de



Innovationswerkstatt

Träumereien, Gedankenblitze, plötzliche Visionen – oder brillante Eingebungen. Egal, auf welchem ungewöhnlichem Weg die Idee entsteht, in der Innovationswerkstatt beginnt ihre Entwicklung. Mit voller Leidenschaft für die Idee und verrückt genug nicht aufzugeben. Wir lieben die Herausforderung und geben uns erst zufrieden, wenn die Idee durch Qualität überzeugt. Damit am Ende die einstige Vision bei Ihnen zu Hause steht. MEDION – Gewinner des Plus X Awards „Innovativste Marke 2010“ in der Produktgruppe IT / Gaming. Wir erwecken Ideen zum Leben. Und das mit Herzblut. Erleben Sie unsere innovativen Ideen auf www.medion.de

MEDION bekam den Plus X Award „Most Innovative Brand Award 2010“ verliehen. Damit würdigte die Experten-Jury des größten Technologie-, Sport- und Lifestyle-Contest der Welt die herausragende Design- und Innovationsleistung von MEDION in der Kategorie IT/Gaming-Hardware.

Innovationswerkstatt – Auszeichnung mit dem „Most Innovative Brand Award 2010“

Diese Auszeichnung festigt die Position von MEDION als Anbieter hochwertiger, leistungsfähiger und innovativer Produkte, die allesamt „designed in Germany“ sind und mit einem günstigen Preis überzeugen.

Mit Stolz wurde dieser Erfolg im Rahmen der Kampagne „Innovationswerkstatt“ in unterschiedlichen Medien präsentiert. Die Kampagne trug zur Emotionalisierung und Imagebildung der Marke bei.

The background of the entire page is a photograph of the interior of a Formula 1 cockpit. It features a dark, metallic structure with several rows of bright, rectangular windows. The perspective is from within the cockpit, looking towards the front. The lighting is dramatic, with the windows being the primary light source, creating a high-contrast scene.

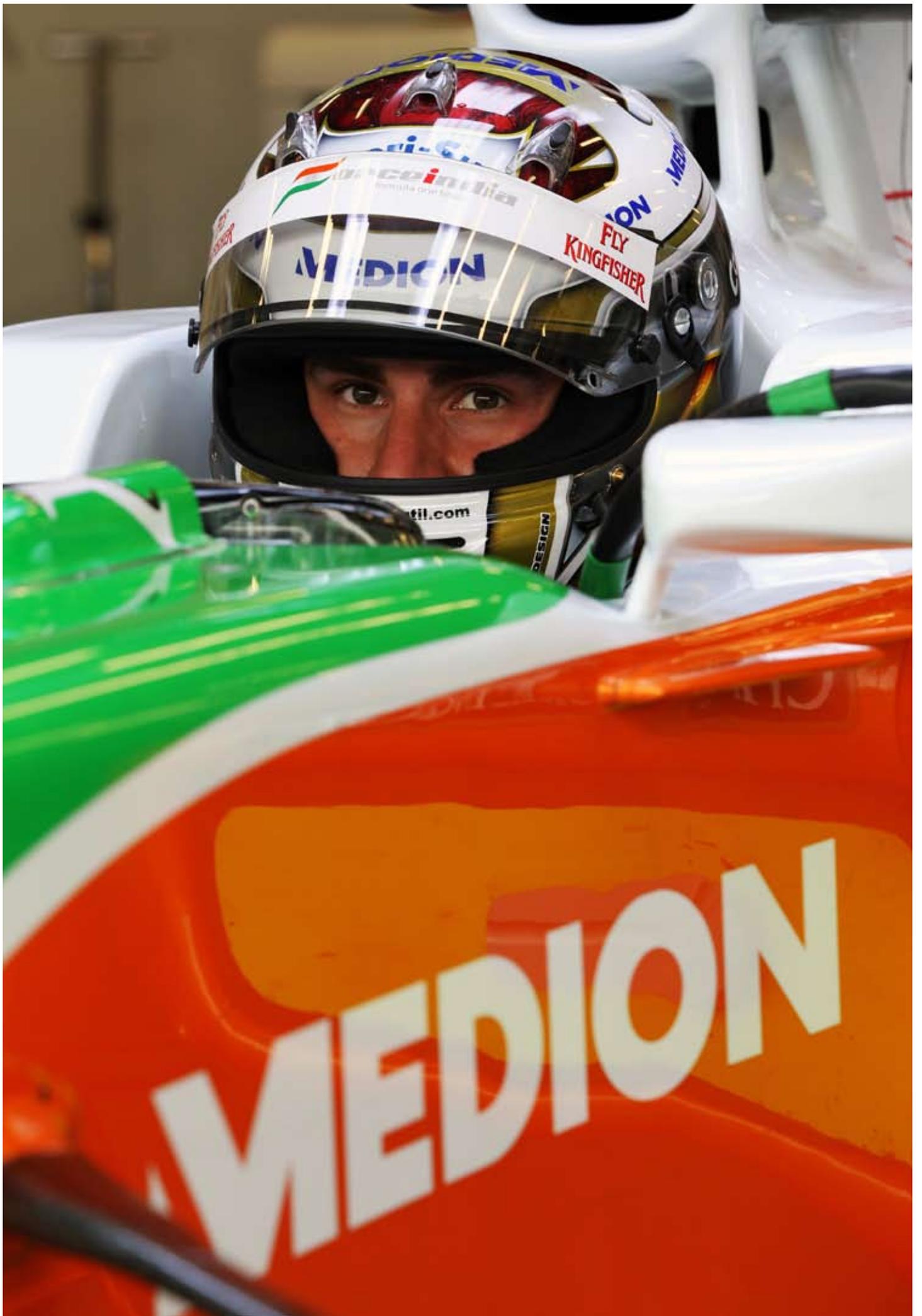
Auch 2010 war MEDION Partner des Formel-1-Fahrers Adrian Sutil und des Force India F1 Teams. Dabei profitierte MEDION von der erfolgreichsten Formel-1-Saison des deutschen Rennfahrers und seines indischen Teams. Mit 47 WM-Punkten und neun Platzierungen in den Top Ten sorgte Adrian international für Aufsehen und große mediale Resonanz. Am Ende der Saison stand Adrian auf dem 11. Platz der Fahrer-WM – das beste Ergebnis seiner Karriere. Das Force India F1 Team belegte mit 68 Punkten den 6. Platz in der Teamwertung der Weltmeisterschaft. Dank des großen Erfolges rückte die Marke MEDION ins Blickfeld der Öffentlichkeit und erhielt eine große Medienresonanz.

Partnerschaft mit Adrian Sutil und

KING



dem Force India F1 Team



WISSEN, WO ES LANGGEHT.
MEDION® GoPal® x4345 11,94 cm / 4,7" Navigationssystem

- › **GPSpro** – ermöglicht eine sichere Navigation, auch bei Signalverlust, durch das Erfassen von Richtungs- und Bewegungsänderungen
- › **3D View** – bessere Orientierung dank der 3D Darstellung von Sehenswürdigkeiten und Landschaften
- › **Ausfahrt- und Kreuzungsansicht** – für übersichtliche Routenführung auch bei schwierigen Streckenabschnitten
- › **Grenzübergreifende Navigation** – innerhalb von 44 Ländern in West- und Osteuropa, inklusive Türkei und Island

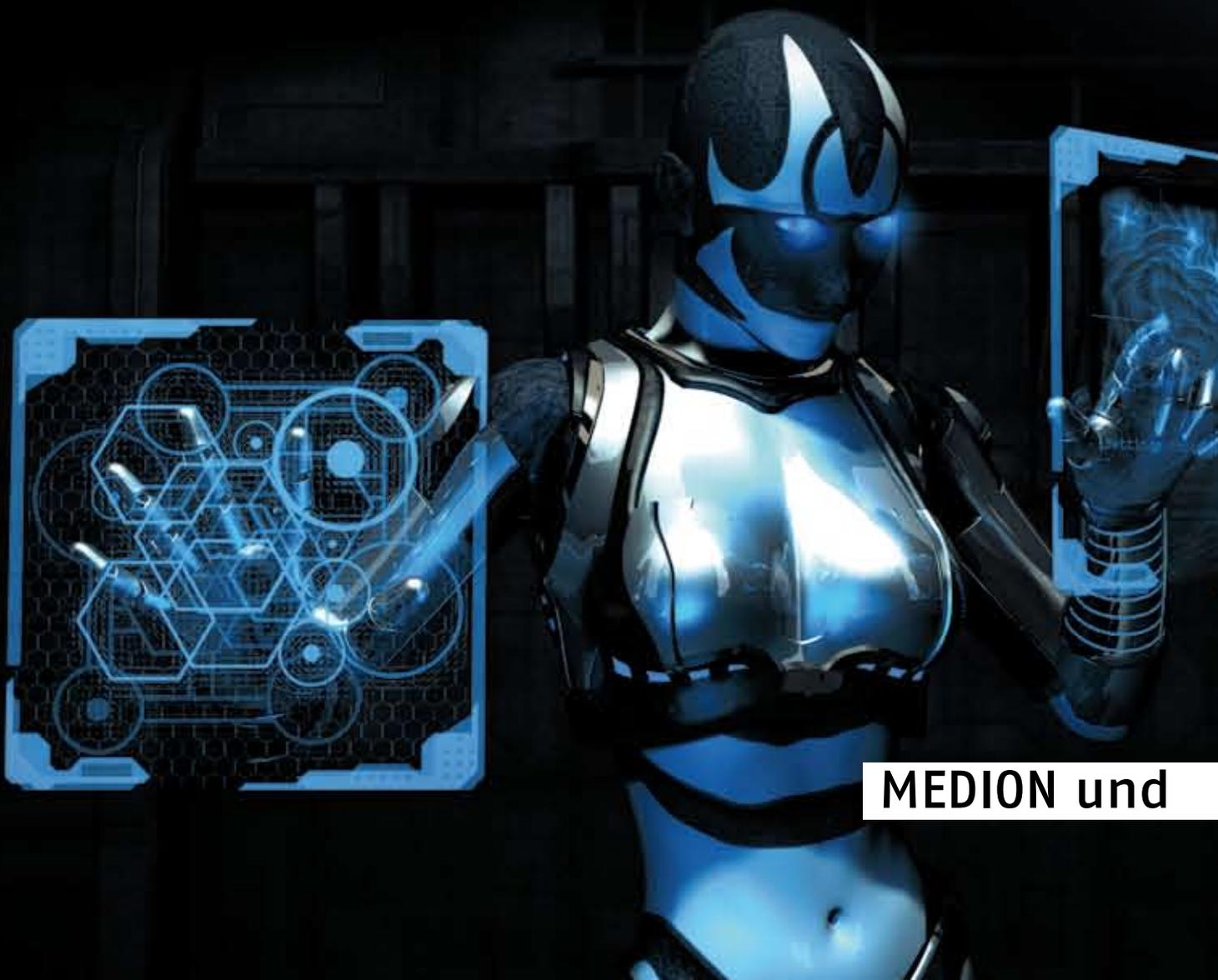




MEDION ist offizieller Partner des Formel 1 Piloten Adrian Sutil.

Als weltweites Sport-Event mit regelmäßiger Medienpräsenz bietet die Königsklasse des Motorsports der Marke MEDION eine effiziente und imagefördernde Marketingplattform. MEDION nutzte die Rechte der Partnerschaft für vielfältige Vernetzungsmaßnahmen, die das hochwertige Image der Formel 1 auf die Marke MEDION übertragen. Diverse Logoflächen sorgten für internationale Markenpräsenz, um die Bekanntheit von MEDION zu steigern. Der internationale Einsatz von Adrian Sutil als Werbebotschafter in Anzeigen, Advertorials und weiteren Kommunikationsmaßnahmen trägt zur Emotionalisierung und Imagebildung der Marke bei.

Um die Präsenz von MEDION als Anbieter innovativer und leistungsstarker Highend-Produkte im Gaming-Bereich zu stärken, wurde eine Kooperation mit mousesports, dem aktuell erfolgreichsten Gaming-Team in Deutschland, gebildet. Durch dieses Engagement zeigte MEDION Präsenz im professionellen eSports-Bereich. Dadurch konnten Meinungsbildner gewonnen und neue Käufer-schichten angesprochen werden.



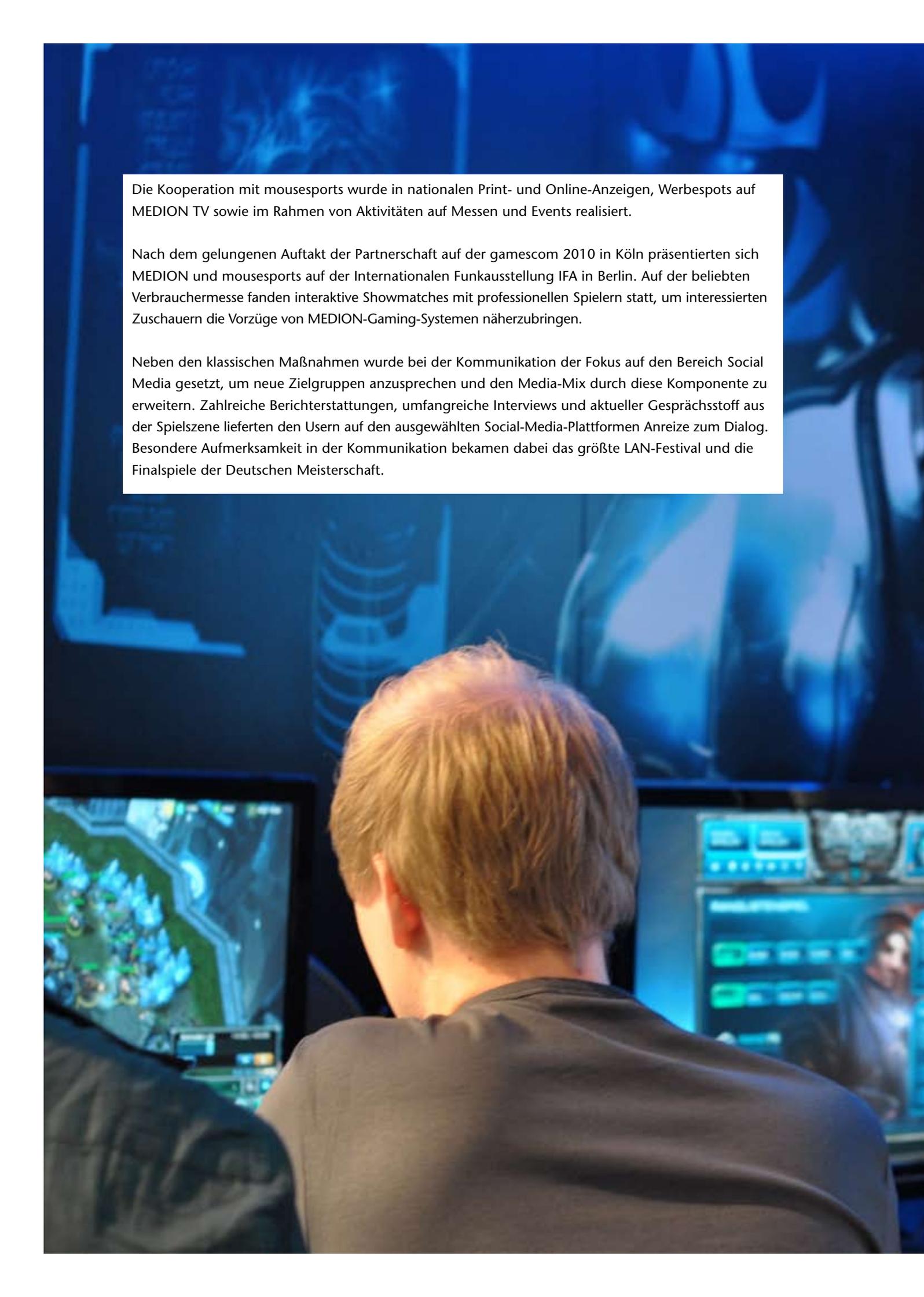
MEDION und



MEDION[®]
eraser[®]

just play

mousesports – ein unschlagbares Team

The background image shows a person from behind, sitting at a desk with multiple computer monitors. The person has short, light-colored hair and is wearing a dark grey t-shirt. The room is dimly lit, with a strong blue glow emanating from the screens and the ambient lighting. The person is looking at a monitor on the left which displays a game interface, possibly a strategy game. To the right, another monitor shows a different game or application. The overall atmosphere is that of a gaming or esports event.

Die Kooperation mit mousesports wurde in nationalen Print- und Online-Anzeigen, Werbespots auf MEDION TV sowie im Rahmen von Aktivitäten auf Messen und Events realisiert.

Nach dem gelungenen Auftakt der Partnerschaft auf der gamescom 2010 in Köln präsentierten sich MEDION und mousesports auf der Internationalen Funkausstellung IFA in Berlin. Auf der beliebten Verbrauchermesse fanden interaktive Showmatches mit professionellen Spielern statt, um interessierten Zuschauern die Vorzüge von MEDION-Gaming-Systemen näherzubringen.

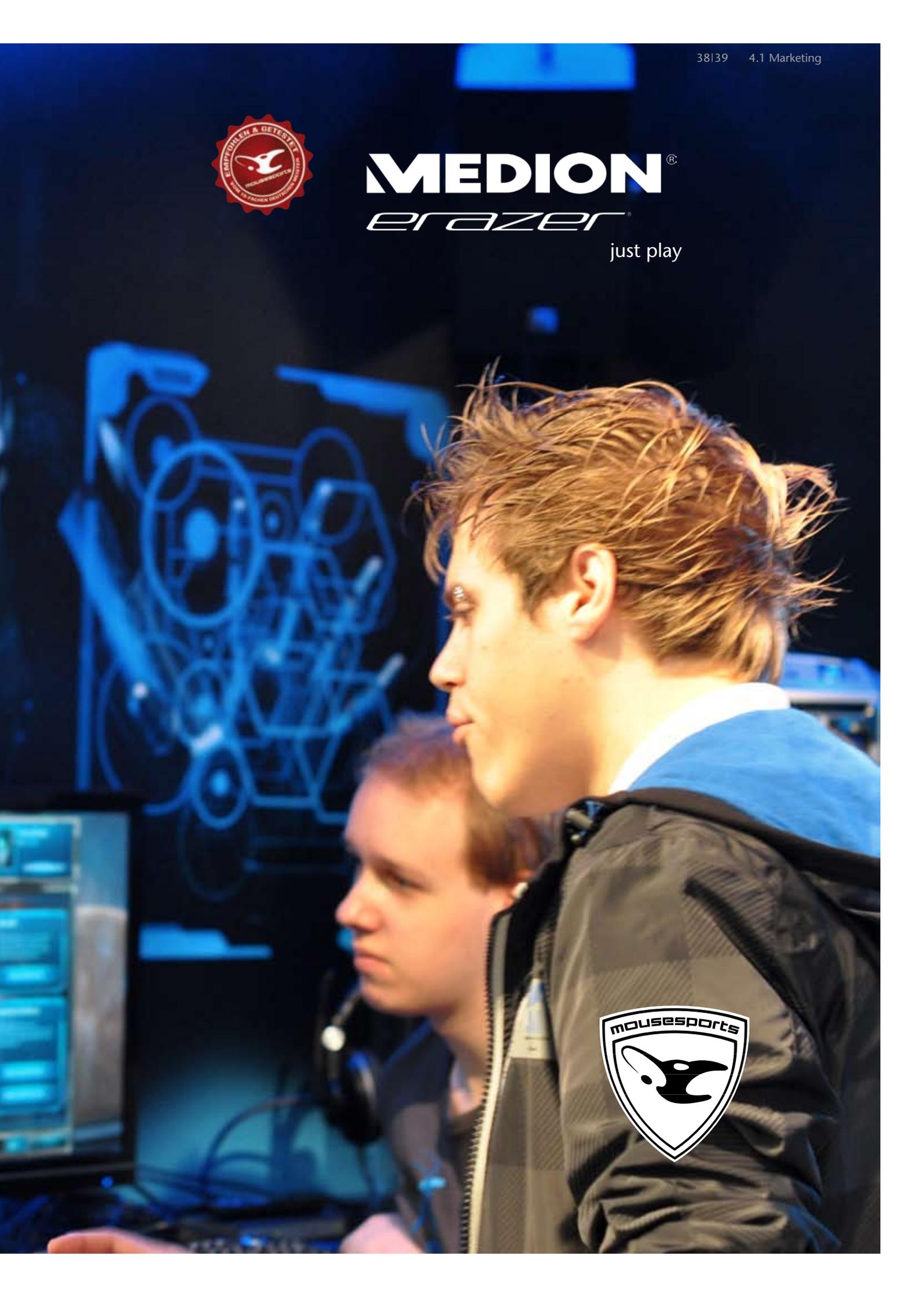
Neben den klassischen Maßnahmen wurde bei der Kommunikation der Fokus auf den Bereich Social Media gesetzt, um neue Zielgruppen anzusprechen und den Media-Mix durch diese Komponente zu erweitern. Zahlreiche Berichterstattungen, umfangreiche Interviews und aktueller Gesprächsstoff aus der Spielszene lieferten den Usern auf den ausgewählten Social-Media-Plattformen Anreize zum Dialog. Besondere Aufmerksamkeit in der Kommunikation bekamen dabei das größte LAN-Festival und die Finalsplele der Deutschen Meisterschaft.



MEDION[®]

erazer[®]

just play





In Absprache mit den internationalen Handelspartnern wurden kundenspezifische Werbemaßnahmen entwickelt. Vielfältige und interessante Messen und Events trugen zusätzlich zur Markenbekanntheit im Ausland bei.

Internationales Marketing

For Ladies only: MEDION auf der „WOW – World of Women“

MEDION zeigte mit dem Auftritt auf der „WOW – World of Women“, dem Lifestyle-Event für weibliche Trendsetter in Österreich, dass Technik schon lange nicht mehr „nur“ Technik ist, sondern auch ein Lebensgefühl: Technik ist auch Mode. Technik ist auch ein Accessoire. Technik ist auch eine Visitenkarte. Als besonderes Highlight des Events wurden MEDION-Notebooks mit extravaganten Covern gestylt. Die individuellen Designs wurden auf dem Laufsteg vorgestellt.

Der Event wurde umfangreich von der Presse begleitet. Zahlreiche Berichterstattungen in TV, Print- und Online-Medien verschafften der Marke MEDION durch diesen einmaligen Lifestyle-Event hohe Medienpräsenz.



MEDION[®]
www.medion.co.uk



**BEST PC
BRAND 2010**



This is what winners look like

Character and authenticity: This is the stuff today's winners are made of. Being yourself and always following your heart is what really counts. It's reassuring to know that there are some who combine all of these qualities.

MEDION – voted BEST PC BRAND 2010 by the readers of PC Advisor magazine. You can be a winner too!

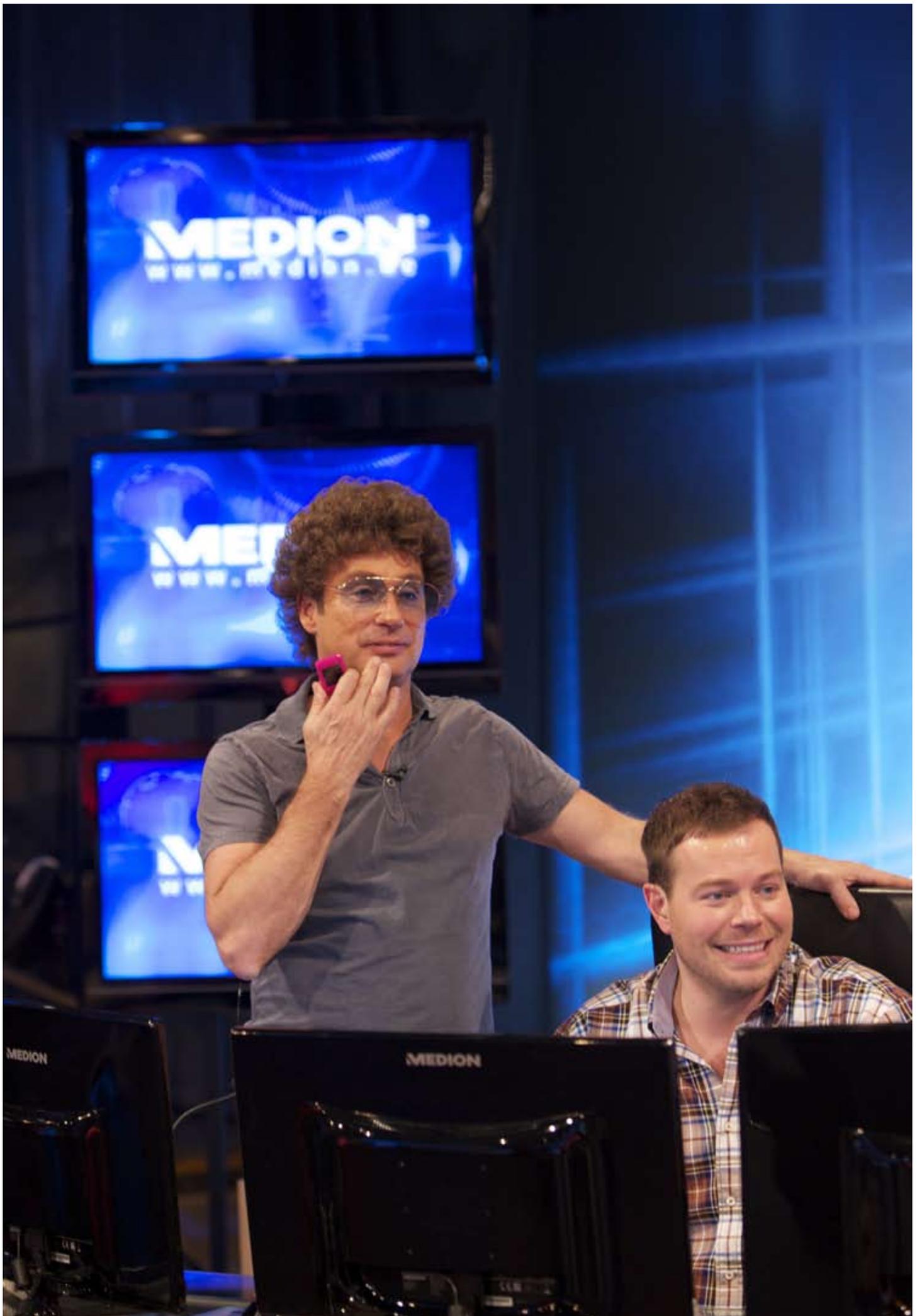




This is what winners look like: Awareness-Kampagne in Großbritannien

Die Leser des PC Advisor wählten MEDION im vergangenen Jahr zum „Best Desktop PC Brand“. Anlässlich dieses großen Erfolges wurde eine Awareness-Kampagne unter dem Motto „This is what winners look like“ entwickelt, die MEDION als unkonventionelle sowie verbrauchernahe Marke präsentierte.

Die Kampagne wurde großflächig ausgerollt. Durch die crossmediale Platzierung im Print- und Online-Bereich wurde die Kampagne über alle relevanten Kanäle kommuniziert. Auf Englands reichweitenstärksten Internetseiten wurde die Kampagne mit Bannern und Skin Ads beworben. Zeitgleich sorgten Billboards in Englands Großstädten und Printanzeigen in auflagenstarken Medien für große Aufmerksamkeit.



MEDION engagierte den bekannten Comedian Atze Schröder als prominenten Werbebotschafter. Der große Meister der Comedy, der aus Essen-Kray stammt, ist ein idealer Werbeträger, um die Markensympathie von MEDION zu steigern.

Partnerschaft mit dem Comedian Atze Schröder

Für die Partnerschaft wurde das Kommunikationskonzept „Ich kann 24 Stunden“ entwickelt und umgesetzt. Kern der Kampagne war eine 24-Stunden-Live-Show mit Atze Schröder am 11. Dezember 2010, die ausschließlich auf der MEDION-Website als Live-Stream ausgestrahlt wurde.

Die Bekanntheit und Beliebtheit von Atze Schröder war dabei der Magnet, mittels dessen die Zielgruppe auf die MEDION-Website aufmerksam gemacht und eine Steigerung der Zugriffszahlen generiert wurde.

Die Show wurde im Vorfeld mit Online-Anzeigen, Social-Media-Maßnahmen, Gewinnspielen bei Medienpartnern und weiteren PR-Maßnahmen beworben.



Atze Schröder moderierte die Show durchgängig. Prominente Gäste wie z. B. Boris Becker, Gülcan Kamps, Adrian Sutil sowie viele Comedians und Musikbands sorgten dabei für erstklassige Unterhaltung. Über Logos im Studiodesign, Product-Placements, einen gesonderten Technik-Moderator und Gesprächsthemen war MEDION regelmäßig präsent und konnte seine breite Produktpalette bewerben.

Dank Atze und seiner prominenten Gäste berichteten im Nachgang viele Medien über die Show, womit auch MEDION eine vielfältige Medienpräsenz erlangte. Die reichweitenstärksten Formate, die über die Show informierten, waren u. a. BILD, BILD am Sonntag und die RTL-Sendung Punkt 12. Das Kommunikationspotential und der große Unterhaltungswert der Show trugen zur Emotionalisierung und zur Awareness-Steigerung der Marke MEDION bei.

Die in 2010 initiierte Kampagne wird auch im kommenden Jahr fortgeführt. Die Highlights der spektakulären 24-Stunden-Comedy-Show sind sowohl auf der MEDION-Website als auch über die verschiedenen Social-Media-Plattformen abrufbar. Besonders attraktive Angebote von MEDION werden mit dem „Geprüft von Atze“-Gütesiegel ausgezeichnet. 2011 sind weiterhin spannende Aktionen mit Atze Schröder geplant.







Träumereien, Gedankenblitze, plötzliche Visionen – oder brillante Eingebungen. Egal, auf welchem ungewöhnlichem Weg die Idee entsteht, in der Innovationswerkstatt beginnt ihre Entwicklung. Mit voller Leidenschaft für die Idee und verrückt genug, nicht aufzugeben. Wir lieben Herausforderungen und geben uns erst zufrieden, wenn die Idee durch Qualität überzeugt. Damit am Ende die einstige Vision bei Ihnen zu Hause steht.

Design 2010

MEDION gleich mehrmals Spitzenreiter bei internationalen Wettbewerben.

Mit 39 nationalen und internationalen Awards und Nominierungen im Jahr 2010 wurde nicht nur der Vorjahresrekord überboten, sondern mit der Auszeichnung zum „Most Innovative Brand“ in der Kategorie IT/Gaming-Hardware beim Plus X Award konnte ein weiterer Meilenstein gesetzt werden, der den qualitativen Anspruch der Marke MEDION unterstreicht. Dabei erfreut auch die Tatsache, dass gleich zwei Produkte zum „Product of the Year“ gekürt wurden: das DECT-Telefon MEDION® LIFE® S63050 sowie der All-in-One PC MEDION® AKOYA® P9614.

Ebenso erfreulich ist die Spitzenposition beim Good Design Award des Chicago Athenaeum: Kein anderes Unternehmen aus dem 45 Länder umfassenden Teilnehmerfeld konnte mehr Auszeichnungen auf sich vereinigen als MEDION. Insgesamt sieben Siegel vergab die Jury in der Sparte „Electronics“, ergänzt durch eine überzeugende Kaffeepadmaschine im Bereich Haushaltsgeräte.

Ebenfalls punkten konnten die MEDION-Produkte beim red dot award, beim iF award sowie mit insgesamt 13 Nominierungen beim Designpreis der Bundesrepublik Deutschland.

Talk of the Town. Tablet-PCs erobern sich in der multimedialen Welt zwischen Smartphones und Notebooks ihre Nische, und die weitet sich unaufhaltsam aus – zu einem Produktkosmos mit spannenden Anwendungen und Erlebnissen.





**10"/-25-cm-Design-Tablet-PC
MEDION® AKOYA® S1017**

Mobilität und Kompatibilität sind die Stärken des MEDION-Tablet-PCs. Einmal berühren und dann tausendfach eintauchen in die Welt der Apps, die von Tag zu Tag mehr werden. Keine Berührungängste kennt der S1017 dank seiner umfangreichen Anschlüsse, die ihn mit der gewohnten multimedialen Umgebung bestens vernetzen.

Berührungsempfindlich hingegen ist sein Touchscreen-Display, das feinste Fingerzeigeerspürt und tadellos in gewünschte Aktionen umsetzt. Rührende Momente mit den unterwegs vermissten Lieblingen fangen in der Videokonferenz die beiden integrierten Kameras ein und unterstreichen die Kontaktfreude des extrem schlanken Produktes, dessen Eleganz bereits mehrfach prämiert wurde.

Ausgezeichnet mit dem Good Design Award

Ausgezeichnet mit dem iF design award

Wer telefoniert, möchte verstanden werden. Und er möchte auch verstehen, was der andere mitteilt. Digitale Übertragungsqualität hilft dabei ebenso wie eine kristallklare Tonwiedergabe. Beides haben die MEDION-Produktmanager in das DECT-Telefon-Set eingebaut und das Ergebnis gemeinsam mit den Ingenieuren und Designern veredelt. Wir haben verstanden.





**Design-DECT-Telefon-Set
MEDION® LIFE® S63050**

Schlanke Form, klare Linien und edles Design kennzeichnen das aktuelle DECT-Produkt. Während die ECO-Funktion einen strahlungsarmen Betrieb während des Gesprächs unterstützt, schaltet die Full-ECO-Funktion die Sendeleistung im Standby-Betrieb vollständig ab. Die superflachen Mobilteile des mit einem integrierten digitalen Anrufbeantworter ausgestatteten Sets verfügen dank eingebauter Full-Duplex-Lautsprecher über komfortable Freisprechfunktionalität.

Viele weitere sinnvolle Funktionen unterstreichen die Vorzüge des S63050, so dass es ein Leichtes war, auch dank klar erkennbarer Zugehörigkeit zur MEDION-Designlinie, gleich mehrere Jurys von seiner Klasse zu überzeugen.

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Bedienkomfort
Ausgezeichnet mit dem Plus X Award als „DECT-Telefon des Jahres“
Ausgezeichnet mit dem Good Design Award

Dabei sein ist alles: das passende Produkt zur rechten Zeit. Mit den portablen LCD-TVs präsentierte MEDION pünktlich zur Fußball-WM 2010 die passenden Begleiter, die auch unterwegs dank DVB-T-Empfang Anteil am Spielgeschehen ermöglichen. Und da auch wir wissen: „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel!“, passen sie perfekt in jede Tasche. Passt.





**Tragbare Design-Multimedia-LCD-TVs mit DVB-T-Tuner
MEDION® LIFE® P73006/P73007**

Die portablen LCD-TVs in den Bildschirmformaten 8,89 cm und 11,92 cm ermöglichen unterwegs Radio- und TV-Empfang. Selbstverständlich können auch die Informationsdienste der elektronischen Programmzeitschrift (EPG) und des Videotextes aufgerufen werden, ebenso möglich ist die Wiedergabe persönlicher Foto-, Video- oder Musikdateien. Die extrem kompakte Bauweise erübrigt jegliche Überredungskünste, die kleinen Unterhaltungskünstler mitzunehmen.

Die sinnvolle Positionierung der meistbenutzten Tasten unterstützt neben der übersichtlichen Benutzeroberfläche die intuitive Bedienbarkeit der kleinen Multimedia-TVs. Die silberne Linie umfasst Funktionstasten und Anschlüsse und kennzeichnet die Produkte als Mitglieder der MEDION-Designlinie.

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Bedienkomfort

Familie mit Charakter. Unsere Produktmanager und Designer geben ihr Bestes. Und meist noch etwas mehr. Denn bis vom 10"-Netbook bis zum 18,4"-Highend-Notebook eine Familie entsteht, sind viel persönlicher Einsatz und gemeinsame Abstimmung bis ins Detail erforderlich. So entstehen Produktpersönlichkeiten. Mit Familiencharakter.



Multimedia-Design-Notebook-Range

MEDION® AKOYA®

Innovative Notebooks, die Mobilität neu definieren – die MEDION-AKOYA-Notebook-Range besticht mit ihrem ultraflachen Design, starker Leistung, hoher Qualität, großzügiger Ausstattung und eben Mobilität. Zusammen mit einer optimierten und energieeffizienten Technologie überzeugen die schlanken Notebooks mit einer extrem hohen Laufzeit für lange Strecken.

Der übergreifende Familiencharakter der MEDION-AKOYA-Notebooks findet sich vom ultrakompakten Netbook bis zum großen Desktop-Ersatz-Notebook in allen Produkten wieder.

Ausgezeichnet mit dem Good Design Award

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Bedienkomfort

Ausgezeichnet mit dem iF design award

Ausgezeichnet mit dem red dot design award

Nominiert für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland

Ohne Umwege zum Ziel – auch beim Design. Geradlinig und schlicht präsentieren sich die neuesten Navigationssysteme, die – ohne unnötige Ecken und Kanten – schon jetzt den empfohlenen EU-Richtlinien entsprechen. Dass mehr Sicherheit nicht weniger Eleganz bedeuten muss, beweist die MEDION-GoPal-Serie schon jetzt in vielen Karosserien.





Design-Navigationssysteme MEDION® GoPal® E5255/E5455/P5455

Mit ihren 11,94 cm großen Touchscreen-Displays, extraflachen Designs, exklusiven Ausstattungspaketen und wegweisenden Funktionen sorgen die neuesten MEDION-GoPal-Navigationssysteme für eine sichere und angenehme Autofahrt. Mattierte, gummierte Rückseiten verhindern lästige Reflektionen in der Frontscheibe und sorgen für festen Halt bei der Handhabung.

Die Produkte dieser Serie weisen eine innovative Formensprache auf, bei der sich Vorder- und Rückseite harmonisch miteinander verbinden. Die umlaufende silberne Linie ist in mattierter Chromoptik gestaltet und bildet das Corporate-Design-Merkmal der Produkte.

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Bedienkomfort

Komplexe Technologie in ansprechendes Design mit bestechender Funktionalität übersetzen, ist eine der Stärken von MEDION. Ein gelungenes Beispiel ist das Internet-Radio, das durch Einfachheit und Bedienfreundlichkeit eine digitale Welt erlebbar werden lässt, die vielen Benutzern bislang verborgen blieb.

**Design-Wireless-LAN-Internet-Radio
MEDION® LIFE® P85055**

Endlich Radio ohne Staumeldungen. Die Datenautobahn des Internets ermöglicht heute den Empfang von weit über 10.000 weltweiten Radiosendern und damit grenzenlosen Genuss von Musik oder eines internationalen Informationsangebotes. Ist das Internet-Radio einmal an das heimische drahtlose Netzwerk angeschlossen, eröffnen sich zahlreiche Möglichkeiten – auch ohne den PC einzuschalten: vom musikalischen Morgengruß über die MP3-Wiedergabe per USB-Anschluss bis hin zum gewohnten Empfang lokaler UKW-Radiosender.

Die beiden Drehregler gestatten ein präzises Navigieren durch die Vielfalt der vielen tausend Radiostationen, die sich dann durch das satte Soundsystem Gehör verschaffen. Die silberne Linie präsentiert das Radio im klassisch-schlichten MEDION-Corporate-Design.

Ausgezeichnet mit dem Good Design Award

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Design und Bedienkomfort



Kraftübertragung. Weltweit Bewunderung löst die Leistungsfähigkeit deutscher Kraftwerke aus und beweist Ingenieurskunst mit hohem Innovationsgrad. Millionen von MEDION-PCs meistern anspruchsvollste Aufgaben zuverlässig, leise und immer mit dem Quäntchen „Mehr“ an kraftvoller Technologie ausgestattet, die unsere Ingenieure und Designer zu bereichernder Funktionalität perfektionieren.

Design-Multimedia-PC
MEDION® AKOYA® P5320

Der MEDION AKOYA PC ist mehr als ein kompaktes Kraftpaket. Sein klassisch-elegantes Erscheinungsbild steht in der Tradition der MEDION-PCs, die seit fast zwei Dekaden auf Testsiege abonniert sind. Dass der MEDION AKOYA P5320 nicht nur perfekt die Kunst multimedialer Unterhaltung beherrscht, sondern sich auch gerne mit seiner technischen Umgebung unterhält, davon zeugt der Datenhafen: Festplatten verschiedener Formate heißt er willkommen und ermöglicht so die unkomplizierte, sekundenschnelle Übertragung großer Datenmengen.

Ausgewogen präsentiert er sich im edlen Hochglanz der MEDION-Designlinie und unterstreicht damit Verlässlichkeit ebenso wie Zukunftssicherheit.

Ausgezeichnet mit dem Plus X Award für Bedienkomfort



Design-Highlights



MEDION® AKOYA® All-in-One PC



MEDION® AKOYA® USB Wi-Fi Hub



MEDION® LIFE® HD-Satelliten-Receiver



MEDION® LIFE® Solar Charger



MEDION® LIFE® Micro-Audio-System



MEDION® LIFE® LED-TV



MEDION® ERAZER® PC



MEDION® LIFE® 10"-LCD-TV



MEDION® LIFE® Camcorder



MEDION® LIFE® Wireless Headphone



MEDION® AKOYA® Wireless Keyboard

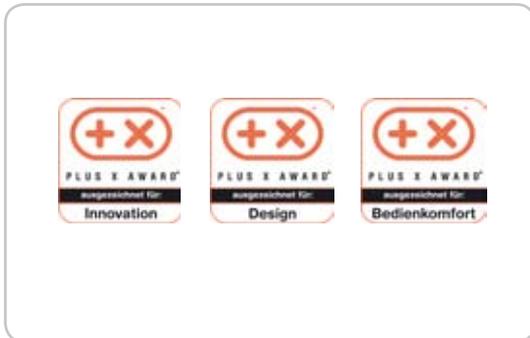


MEDION® LIFE® MP3-Player

Top-Qualität, die überzeugt

Wie schon im Vorjahr konnte sich MEDION mit den Besten der Hightech-Branche messen und dabei hervorragende Ergebnisse erzielen. MEDION blieb seinem Leitmotiv – innovative Technologie mit hoher Funktionalität zu einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis – treu, und so überzeugten die Produkte in zahlreichen nationalen wie internationalen Magazinen und Fachzeitschriften.





Ebenfalls ein klarer Gewinner: das Design der Produkte. Das ebenso elegante wie stylische Produktdesign gewann renommierte Design-Awards.

5 Zusammengefasster Konzernlagebericht und Lagebericht der MEDION AG

5.1	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	70
5.1.1	Gesamtwirtschaftliche Entwicklung	
5.1.2	Markt für Consumer-Electronics	
5.2	Der MEDION-Konzern	72
5.2.1	Geschäftsmodell	
5.2.2	Unternehmenssteuerung	
5.2.3	Die Struktur des MEDION-Konzerns	
5.3	Finanzbericht	79
5.3.1	Geschäftsentwicklung 2010	
5.3.2	Umsatzentwicklung	
5.3.3	Ertragslage	
5.3.4	Operatives Ergebnis	
5.3.5	Ertragsteuern	
5.3.6	Vermögens- und Finanzlage	
5.3.7	Kapitalflussrechnung	
5.3.8	MEDION AG (ergänzende Erläuterungen auf Basis HGB)	
5.4	Personal	98
5.4.1	Entwicklung	
5.4.2	Struktur	
5.4.3	Motivation	
5.4.4	Wesentliche Vereinbarungen	
5.5	Nachhaltigkeit	103
5.6	Forschung und Entwicklung	105

5.7	Corporate Governance/Vergütungsbericht	106
5.7.1	Corporate Governance	
5.7.2	Vorstandsvergütungen	
5.7.3	Aufsichtsratsvergütungen	
5.8	Risikobericht	111
5.8.1	Risikomanagement	
5.8.2	Risikomanagementsysteme	
5.8.3	Absatzbezogene Risikoposition	
5.8.4	Betrieb	
5.8.5	Recht	
5.8.6	Finanzen	
5.8.7	Personal	
5.8.8	Gesamtrisikosituation	
5.9	Nachtragsbericht	120
5.10	Prognosebericht	120
5.10.1	Konjunktureller Rahmen	
5.10.2	Marktentwicklung Consumer-Electronics	
5.10.3	Unternehmensentwicklung	
5.10.4	Ausblick	
5.11	Sonstige Angaben gemäß §§ 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB	127
5.12	Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB	128

5.1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum und in Deutschland war in 2010 von einer deutlichen Erholung nach den Rückgängen aufgrund der Auswirkungen der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise gekennzeichnet. Dabei konnte sich insbesondere die deutsche Wirtschaft gut entwickeln. Im Gesamtjahr 2010 erhöhte sich das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Deutschland preisbereinigt um 3,6 %. Dabei verbreiterte sich die Wachstumsbasis deutlich. Neben dem Außenhandel, der mit 1,1 Prozentpunkten zum Wachstum beitrug, kamen mehr als 2/3 der Wachstumsimpulse aus dem Inland. Auch die Konsumnachfrage von Verbrauchern und Staat nahm um 0,5 % bzw. 2,2 % zu. Niedrige Zinsen und die zunehmende Auslastung der Kapazitäten wirkten sich positiv auf die Nachfrage nach Investitionen aus. Aufgrund der Zunahme der Beschäftigung und Einkommen erhielten die privaten Konsumausgaben Auftrieb.

Die konjunkturelle Situation im Euroraum stabilisierte sich in 2010 und zeigte in den wichtigsten europäischen Binnenmärkten eine Zunahme der jeweiligen Bruttoinlandsprodukte. In den für MEDION wichtigen europäischen Kernmärkten normalisierte sich die konjunkturelle Entwicklung ebenfalls, und insbesondere auch das Konsumverhalten der privaten Haushalte stützte den jeweiligen volkswirtschaftlichen Zuwachs.

5.1.2 Markt für Consumer Electronics

Der Markt für Consumer Electronics in Deutschland ist in 2010 bei einem Gesamtumsatz von € 25,8 Mrd. (Vorjahr: € 24,33 Mrd.) um 6,2 % angestiegen.¹ Er entwickelte sich damit deutlich besser als die Gesamtwirtschaft. Basis für die positive Marktentwicklung ist die Digitalisierung von Produkten, Inhalten und Übertragungswegen, die auch 2010 vorangetrieben wurde. Viele neue und innovative Produkte mit verbesserter Bild- und Tonwiedergabe, gesteigerter Energieeffizienz sowie einer Vielzahl neuer Nutzungs- und Vernetzungsmöglichkeiten bildeten die Grundlagen für die gute Marktentwicklung.

Mobile Geräte für portable Navigation, digitale Audio- und Video-Player, digitale Kameras und Notebooks verzeichneten Absatz- und vielfach auch Umsatzsteigerungen, zum Teil im zweistelligen Bereich, oder haben das hohe Absatzniveau behauptet.

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.

TV und Audio

Wie in den Vorjahren gehörten auch 2010 hochauflösende, flache Fernsehgeräte und alle Geräte, die eine mobile Mediennutzung erlauben, zu den besonders nachgefragten Geräten. Dabei haben der Markt für TV-Displays um 8,8 % auf € 6,246 Mrd. sowie der Markt für Home-Audio um 8,1 % auf € 893 Mio. zugelegt. Beim Umsatz mit Fernsehgeräten entfielen 2010 in Deutschland € 5,5 Mrd. (8,2 Mio. Stück) auf LCD-TVs und € 653 Mio. (0,8 Mio. Stück) auf Plasma-TVs. Insgesamt wurden 2010 in Deutschland 9,4 Mio. Fernsehgeräte (+8,8 %) verkauft (inklusive Projektions-TVs, mobiler TV-Empfänger und Röhrengeräte).

Notebook

Der Umsatzzuwachs im Consumer-Electronics-Markt wurde darüber hinaus getragen von der weiterhin deutlich steigenden Nachfrage nach Notebooks. Insgesamt hat der Bereich Informationstechnologie einen um 8,4 % gestiegenen Umsatz von € 6,2 Mrd. erzielt.

Wachstumstreiber im Bereich PC/Multimedia waren Notebooks, deren mengenmäßiger Absatz um 12,3 % auf 7,1 Mio. Stück gestiegen ist und die bei einem nur leicht um 1,6 % auf € 583 pro Stück reduzierten Durchschnittspreis ein Umsatzwachstum von 10,5 % auf € 4,1 Mrd. verzeichneten. Auch hier zeigte sich der gestiegene Wunsch nach Mobilität deutlich, besonders durch den Markterfolg der Netbooks und der neu eingeführten Tablet-PCs.

Des Weiteren wuchs der Markt für Desktop-PCs bei einem um 13,7 % angestiegenen Umsatz von € 1,1 Mrd., aufgrund eines erstmals seit fünf Jahren wieder zu verzeichnenden höheren Durchschnittspreises von € 663 in 2010 nach € 601 in 2009 bei den Stückzahlen um 3,2 % auf 1,6 Mio. an.

Navigationsgeräte

Erwartungsgemäß waren die Absatzmengen bei Navigationsgeräten mit einem Rückgang von 15,2 % auf 3,5 Mio. Stück weiter rückläufig. Da sich der Durchschnittspreis erneut um 7,3 % auf € 165 pro Stück reduzierte, verringerte sich auch der Umsatz in diesem Marktsegment um 21,4 % auf € 574 Mio.

Ein besonders starkes Wachstum verzeichneten die Smartphones. Hier mehr als verdoppelte sich der Umsatz auf € 2,7 Mrd. und stieg die Anzahl der verkauften Geräte aufgrund um 7,2 % rückläufiger Durchschnittspreise von 2,9 Mio. auf 7,7 Mio. Stück.

MEDION hat in seinem Projektgeschäft besondere Kompetenz in den Bereichen PC/Notebook und digitale Multimedia-Produkte.

5.2.1 Geschäftsmodell

Das seit über 25 Jahren national wie international bewährte MEDION-Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, dem Konsumenten zusammen mit den Partnern aus dem Handel funktional hochwertige und innovative Trendprodukte der Consumer Electronics in attraktivem Design auf dem neuesten technologischen Stand in bester Qualität zu einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten und damit frühzeitig für breite Käufer-schichten verfügbar zu machen.

Ergänzend zu dem klassischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, MEDION-Fotoservice, Software-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 hin 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 werden.

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 ein 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 topaktuelle 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 LED-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 komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, Downloads und Online-Dienste wie z. B. der Fotoservice.

Die MEDION-Kernkompetenzen liegen außer bei den innovativen und designorientierten Multimedia-Produkten und der Entwicklung von neuen Angeboten für die Konsumenten auch in einer sehr effizienten eigenen IT-Struktur, hoher Logistik-Kompetenz und einem spezialisierten After-Sales-Service.

Einsatz von IT (Informationstechnologien)

Um einen reibungslosen Verlauf der Geschäftstätigkeiten zu ermöglichen, setzt MEDION auf eine effiziente IT-Organisation. Robuste und stabile Prozesse gleichermaßen wie eine hohe Flexibilität in der Ausgestaltung neuer und optimierter Geschäftsabläufe erfordern eine starke Fokussierung auf wesentliche Kernkompetenzen innerhalb der IT. Konzentration auf das Management von Applikationen, Netzwerk und IT-Sicherheit sowie ein gleichzeitiges Outsourcing von Infrastrukturservices tragen dazu bei, die IT-Aktivitäten von MEDION effizient und flexibel auf die Zukunft auszurichten.

Konkrete Projekte der näheren Vergangenheit waren das Betriebsoutsourcing der SAP-Backend-Systeme, das Upgrade der CRM-Systeme sowie der Aufbau einer neuen Intranet-Umgebung. Zur Stärkung der Online-Aktivitäten wurde ein Kompetenzzentrum Webshop-Technologie geschaffen, welches durch fundiertes technologisches Know-how im Online-Segment als Impulsgeber für den weiteren Ausbau in diesem wichtigen Geschäftsbereich aufgestellt ist. Im Rahmen der Aktivitäten im Geschäftsjahr 2010 wurde das Online-Serviceportal neu gestaltet (neues FAQ-Portal, Produktdatenbank, erweiterte Download-Möglichkeiten) und anschließend ebenso international ausgerollt. Eine deutliche wie konkrete Verbreiterung der Angebotspalette insbesondere im Online-Serviceportal ist für das Jahr 2011 bereits projektiert.

Neben dem Ausbau der Online-Aktivitäten legt MEDION bei seinen IT-Aktivitäten einen weiteren Schwerpunkt auf die Verbesserung von Kommunikation und Zusammenarbeit. Dazu werden bestehende IT-Systeme weiter optimiert und über punktuelle Ergänzungen durch neue Software-Technologien verbessert. Interne Ansätze zur Kollaboration sowie die verstärkte technische Integration externer Partner spielen in diesem Zusammenhang eine gleichermaßen wichtige Rolle. MEDION sieht sich gut gerüstet, auf Basis einer nachhaltigen IT-Strategie und durch gezielten Auf- und Ausbau relevanter IT-Kompetenzen die gesteckten Ziele für die Zukunft zu erreichen.

Logistik

Die globalen Warenströme von MEDION werden aus der Zentrallogistik in der Hauptverwaltung der MEDION AG in Essen heraus gesteuert. Die Herausforderung für die Logistik liegt in der termingetreuen Abwicklung der Projekte, ausgehend von der Produktion und Übernahme der Ware im Ursprungsland bis zur pünktlichen Ablieferung der Ware bei den Kunden in Deutschland, Europa oder weltweit.

MEDION verfügt über ein globales Netzwerk leistungsstarker Transportdienstleister, in der Regel wird mit den Marktführern der Branche kooperiert. Die notwendige Transparenz für ein funktionierendes Projektmanagement wird hierbei durch eine bilaterale EDV-Verlinkung mit den Transportdienstleistern erreicht. Der so ermöglichte Abgleich von Verschiffungsdaten und anderen definierten Milestones ermöglicht es, die pünktliche Belieferung des Kunden zu überwachen und sicherzustellen. Um auch auf kurzfristige Bestellzyklen reagieren zu können, wurde auf der Beschaffungsseite ein laufzeitorientiertes Transportsystem implementiert, um die jeweils kostenoptimale Transportart für ein Projekt abbilden zu können.

Der weitaus größte Anteil der Waren wird mittels Seefracht transportiert. Luftfracht wird weitestgehend vermieden, hier kommt wenn möglich der kombinierte Sea & Air Transport zum Tragen, der nicht nur weniger kostenintensiv ist, sondern auch im Vergleich zur reinen Luftfracht dazu beiträgt, die CO₂-Belastung deutlich zu reduzieren. Die Multisourcing-Strategie bei der Dienstleisterauswahl garantiert die notwendigen Transportkapazitäten, regelmäßige Ausschreibungen sorgen für die Wettbewerbsfähigkeit der Transportraten.

Die Produkte werden zur Distribution direkt in die Zielregion geroutet, um eine schnelle und effiziente Verteilung zu ermöglichen. Je nach Projektgröße und Anforderung greift die Logistik von MEDION hierbei auf leistungsstarke Stückgutssysteme zurück oder beschafft flexibel die benötigten Teil- und Komplettladungskapazitäten bei erfahrenen Projektspediteuren.

MEDION verfügt damit über eine sehr gut funktionierende Logistikinfrastruktur, kompetente und motivierte Mitarbeiter und ein Netzwerk an leistungsstarken Dienstleistern entlang der gesamten Supply Chain, um das primäre Ziel zu erreichen: die effiziente und zufrieden stellende Belieferung des Kunden.

After-Sales-Service

Die hochwertigen und komplexen Produkte der MEDION AG erfordern nach dem Verkauf eine Begleitung in allen Geschäftsprozessen durch einen umfassenden, weltweiten After-Sales-Service.

Im Mittelpunkt der Garantieleistungen steht immer der einzelne Kunde mit seinem Beratungsbedarf. Alle Stufen in der Wertschöpfung eines qualitativ hochwertigen, am Endkunden orientierten Service managen professionell die Mitarbeiter der MEDION AG. Angefangen von der bedarfsgerechten Materialplanung für den Reparaturverbrauch über eine hohe Verfügbarkeit an qualifiziertem Personal im Dialogcenter bis hin zu höchst effizienten Logistikprozessen und der Nutzung technisch ausgereifter Reparaturwerkstätten steuern und kontrollieren die ca. 400 Mitarbeiter des After-Sales-Service das operative Tagesgeschehen. Alle Geschäftsprozesse werden durch ein zentrales Warenwirtschaftssystem erfasst, begleitet und gesteuert. Die beteiligten Bereiche wie Dialogcenter, Logistik, Werkstätten und Materialbeschaffung beziehen über diese integrierte IT-Plattform ihre notwendigen Arbeitsgrundlagen wie zum Beispiel Versandlisten, Kundenhistorien, Dispositions- und Bestelldaten oder Reparaturaufträge. Der Verbraucher bekommt aus dieser IT-Umgebung die gewünschten Informationen im Internet über das MEDION-Serviceportal dargestellt.

Ein eigener Bereich in der Organisation ist für die Sicherstellung der hohen Qualitätsansprüche an uns und für unsere Kunden zuständig, egal ob durch Silent Monitoring, Mystery Call oder Mystery Repair oder durch Auditierung der Prozesse. Dies führt zu einer ständigen Weiterbildung der beteiligten Mitarbeiter sowie einer permanenten Optimierung von Abläufen. Die Materialplanung kalkuliert, unterstützt durch ein Planungstool, anhand von Verbrauchern, Wiederbeschaffungszeiten und End-of-Life-Meldungen die benötigten Mengen an Ersatzteilen zur wirtschaftlich sinnvollen Bevorratung.

Die mehrsprachigen Dialogcenter sind für unsere Kunden an 365 Tagen im Jahr zu landestypischen Öffnungszeiten erreichbar. Dabei wird eine Verfügbarkeit auch in Spitzen bei hohen Belastungen mit mehr als 95 % gewährleistet. Ziel ist es, dem Verbraucher Hilfe sowie eine prompte Lösung durch geschultes Technikpersonal anzubieten.

Die integrierten Logistikdienstleistungen werden unterstützt durch ein zentrales Service- und Versandlager. Internationale Warenbewegungen geschehen bedarfs- und kostenoptimiert durch Einzelversendungen oder über Stückgut bis hin zu kompletten LKW- oder Containerverladungen. Im Falle eines technischen Defektes reparieren unsere Fachwerkstätten die individuellen Kundengeräte und sorgen für eine reibungslose, zeitgerechte Durchführung.

Full-Service-Kompetenz

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 Verkaufsaaktionen 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 25 Jahren gelten folgende Grundsätze:

- Vermarktung von Trendprodukten der Consumer Electronics
- hohe Qualität und ausgezeichnetes Design
- Unterstützung der Partner im Handel durch gemeinsame Marketingaktivitäten
- Profilierung der Marke MEDION durch fokussierte Marketingaktionen in Deutschland und in den europäischen Kernmärkten
- optimales Preis-Leistungs-Verhältnis
- Konzentration auf die weltweiten Top-Retailer
- Projektgeschäft statt Dauersortiment
- Bereitstellung eines umfangreichen Servicepaketes für den Endverbraucher
- Build-to-Order-Prinzip

Dabei zeichnet sich MEDION aus durch:

- die Erfahrung aus mehr als 2.500 neuen Projekten mit neuen Produkten
- das in über 25 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
- die 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die MEDION jeden Tag neu möglich machen

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

5.2.2 Unternehmenssteuerung

Im MEDION-Konzern werden die strategischen und operativen Ziele zu Beginn des Geschäftsjahres vom Vorstand festgelegt. Im operativen Bereich verantworten Key-Account-Manager die wesentlichen Kunden und Produktmanager die wesentlichen Produktgruppen, wie z. B. Notebook, PC, LCD-TV, mobile Navigationsgeräte, sowie im Dienstleistungsbereich die relevanten Angebote (MEDIONmobile, MEDION-Fotoservice und Webshop).

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

Administrative Bereiche, insbesondere kaufmännische Entscheidungs- und Kontrollfunktionen sowie die EDV-Organisation, sind zum Zwecke erhöhter Transparenz, besserer Entscheidungsmöglichkeiten und somit zur Steigerung der Flexibilität und Effizienz konzernweit weitgehend zentralisiert.

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

Alle Geschäfte im MEDION-Konzern werden einer renditeorientierten Vor- und Nachprüfung unterzogen. Werttreiber der Renditeorientierung im MEDION-Konzern ist die Anforderung, dass jedes abgewickelte Projekt eine EBIT-Marge erwirtschaften muss, die auf oder über der Zielerwartung für das Konzern-EBIT des laufenden Geschäftsjahres liegt.

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.

TOCHTERGESELLSCHAFTEN DER MEDION AG

Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen

MEDION Service GmbH, Essen

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 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*

*KEIN OPERATIVES GESCHÄFT.

5.3.1 Geschäftsentwicklung 2010 – Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Entwicklung

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
	2010		2009		+/-
Umsatz	1.638,7	100,0	1.408,1	100,0	230,6
Materialeinsatz	-1.455,9	-88,8	-1.250,9	-88,8	-205,0
Rohhertrag	182,8	11,2	157,2	11,2	25,6
Personalaufwand	-48,5	-3,0	-47,3	-3,4	-1,2
Sonstige Aufwendungen u. Erträge	-101,8	-6,2	-86,6	-6,2	-15,2
Abschreibungen	-4,4	-0,3	-4,5	-0,3	0,1
EBIT	28,1	1,7	18,8	1,3	9,3
Finanzergebnis	0,9	0,1	3,0	0,2	-2,1
EBT	29,0	1,8	21,8	1,5	7,2
Steuern	-10,1	-0,6	-7,6	-0,5	-2,5
Konzernergebnis	18,9	1,2	14,2	1,0	4,7

Das abgelaufene Geschäftsjahr verlief für MEDION sehr erfolgreich. Insgesamt konnte ein Umsatzwachstum von 16,4 % (€ +231 Mio.) auf € 1.639 Mio. (Vorjahr: € 1.408 Mio.) realisiert werden.

Zwar schwächte sich das Wachstum im zweiten Halbjahr etwas ab, dafür konnte sich hier die Rohmarge deutlich erholen, obwohl sich auch 2010 der strukturelle Preisverfall im Markt für Consumer-Electronics-Produkte, insbesondere bei Notebooks, Desktop-PCs, mobilen Navigationsgeräten und LCD-TVs, weiter fortsetzte. Aufgrund dieser Stabilisierung der Rohmarge und des effizienten Kostenmanagements konnte daher die noch zum Halbjahresbericht erwartete Steigerung des operativen Ergebnisses (EBIT) von 15–20 % mit einem Wachstum von 50 % deutlich übertroffen werden.

Insgesamt konnte MEDION somit im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Ergebnis (EBIT) von € 28,1 Mio. erwirtschaften. Zusammen mit einem positiven Finanzergebnis in Höhe von € 0,9 Mio. wurde damit ein Ergebnis vor Steuern von € 29,0 Mio. und ein Konzernergebnis von € 18,9 Mio. erzielt. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 18. Mai 2011 vor, eine Dividende von € 0,23 je gewinnberechtigter Stückaktie auszuschütten.

Zwar hat sich die Konsumneigung nach der Finanzkrise spürbar erholt, aufgrund der gegenwärtigen Euro-Stabilitätskrise ist eine Prognose für das laufende Geschäftsjahr und der damit zusammenhängenden Konsumaussichten für Deutschland und den Euroraum jedoch mit einer hohen Unsicherheit verbunden.

Der Vorstand geht daher davon aus, dass nach dem Wachstum im Vorjahr in 2011 eher mit einer Seitwärtsbewegung des Konsums in neue, alternative Produkte zu rechnen ist und die Nachfrage der Konsumenten nach Consumer-Electronics-Produkten und Mobilfunkdienstleistungen insgesamt auf etwa gleichem Niveau wie im abgelaufenen Geschäftsjahr bleiben wird.

Allerdings rechnet der Vorstand beim Ergebnis (EBIT) aufgrund der erwarteten Änderung der Umsatzstruktur und der nachhaltig effizienten Kostenstrukturen mit einer erneuten Steigerung in der Größenordnung von 15–20 %.

5.3.2 Umsatzentwicklung

Die in der zweiten Jahreshälfte 2009 eingesetzte Erholung des Konsumumfeldes setzte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 fort. Insbesondere im ersten Halbjahr gab es eine deutliche Wiederbelebung des Orderverhaltens der Handelskunden. Vor allem das Auslandsgeschäft konnte deutlich gestärkt werden und wuchs im ersten Halbjahr um 49 %.

Da die Erholung von der Finanzkrise im zweiten Halbjahr 2009 begann, schwächte sich das Wachstum im Vorjahresvergleich in der zweiten Jahreshälfte 2010 naturgemäß ab. MEDION hielt jedoch durch innovative Produkte mit einem bekannt interessanten Preis-Leistungs-Verhältnis das Interesse der Endkunden auf hohem Niveau und konnte die zur Jahresmitte bereits auf 10 % erhöhte Wachstumsprognose für das Geschäftsjahr mit einem realisierten Wachstum von 16,4 % deutlich übertreffen.

UMSÄTZE NACH REGIONEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
	2010		2009		+/-
Deutschland	1.218,7	74,4	1.070,5	76,1	148,2
Europa	358,1	21,8	294,9	20,9	63,2
Übriges Ausland	61,9	3,8	42,7	3,0	19,2
Umsatz	1.638,7	100,0	1.408,1	100,0	230,6

Wichtigster Markt bleibt weiterhin Deutschland, wo ein Umsatzwachstum von € 148,2 Mio. (+13,8 %) erzielt werden konnte. Aber auch die Auslandsstrategien zur Wiedergewinnung von Handels- und Endkunden zeigen Erfolge. Im europäischen Ausland konnte MEDION um € 63,2 Mio. (+21,4 %) wachsen. Dabei konnten insbesondere die von der Finanzkrise stärker betroffenen Regionen Beneluxländer, Österreich, Schweiz und der iberische Markt mit zum Teil deutlich zweistelligen Wachstumsraten die Umsatzrückgänge des Vorjahres in vielen Produktbereichen ausgleichen.

Segmente

UMSÄTZE NACH SEGMENTEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
	2010		2009		+/-
Projektgeschäft	1.160,3	70,8	1.025,1	72,8	135,2
Direktgeschäft	478,0	29,2	383,3	27,2	94,7
Überleitung Konzern	0,4	0,0	-0,3	0,0	0,7
Umsatz	1.638,7	100,0	1.408,1	100,0	230,6

Der Umsatzanteil des Projektgeschäftes hat sich erwartungsgemäß auch in 2010 weiter vermindert und lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 70,8 % des Gesamtumsatzes, nach 72,8 % im Vorjahr. Die Tatsache, dass trotz dieser Verminderung seines Geschäftsanteiles das Projektgeschäft um € 135,2 Mio. (+13,2 %) gewachsen ist, unterstreicht sowohl die Fähigkeit und hohe Flexibilität von MEDION, Trends rechtzeitig zu adaptieren, als auch den Erfolg der MEDION-Strategie zum Ausbau des Direktgeschäftes mit Endkunden im Bereich Dienstleistungen und Online-Services.

Der Geschäftsfeldstrategie folgend konnte das Direktgeschäft überproportional um € 94,7 Mio. (+24,7 %) wachsen und seinen Geschäftsanteil auf 29,2 % (Vorjahr: 27,2 %) erhöhen. Im Rahmen der Erweiterung des Direktgeschäftes spielten in 2010 auch die Auslandsmärkte eine wichtige Rolle, wo MEDION in diesem Segment ein Wachstum von 40 % realisierte.

5.3.3 Ertragslage

Rohhertrag

Erwartungsgemäß war die Rohmarge in 2010 einem verstärkten Preisdruck ausgesetzt. Zum einen setzte sich der wettbewerbsinduzierte Druck durch kleinere, aber leistungsfähige Produkte fort. Zum anderen verstärkten insbesondere im ersten Halbjahr die als Folge der Finanzkrise im Markt befindlichen Übermengen sowie die Verteuerung des US-Dollars den Preisdruck.

Dank der konsequenten Strategie zu einer effizienten Produkt- und Kundenportfoliosteuerung und der erfolgreichen Umsetzung der Geschäftsfeldstrategien gelang es MEDION, die Rohmarge im Laufe des Geschäftsjahres zu steigern. Während die Rohmarge zum Halbjahresbericht noch bei 10,6 % lag, konnte sie allein im dritten Quartal auf Vorjahresniveau (11,1 %) gesteigert werden und dieses im vierten Quartal mit 12,0 % übertreffen, so dass insgesamt im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einer Rohmarge von 11,2 % das Vorjahresniveau erreicht wurde.

Personalaufwand

Der Personalaufwand lag in 2010 mit € 48,5 Mio. leicht über Vorjahresniveau (€ 47,3 Mio., +2,5 %). Zum Bilanzstichtag waren 1.036 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) im MEDION-Konzern beschäftigt (Vorjahr: 978).

PERSONALAUFWAND

	2010	2009
Personalaufwand, gesamt in T€	48.468	47.316
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	1.007	1.015
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	48.131	46.617

Ein Rückgang der Mitarbeiterzahl war im Wesentlichen im Service- und Verwaltungsbereich zu verzeichnen. Gegenläufig wirkte sich die Verstärkung des Vertriebsbereiches zum Ausbau und zur Internationalisierung des Direktgeschäftes aus. Vor diesem Hintergrund erklärt sich der Anstieg des durchschnittlichen Personalaufwandes pro Mitarbeiter um 3,2 % auf € 48.131.

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 2010	Anzahl 2009	+/- Anzahl	+/- %
Vertrieb	268	262	6	2
Service	474	446	28	6
Verwaltung	133	140	-7	-5
	875	848	27	3
Ausland				
Vertrieb	32	28	4	14
Service	86	122	-36	-30
Verwaltung	14	17	-3	-18
	132	167	-35	-21
Gesamt				
Vertrieb	300	290	10	3
Service	560	568	-8	-1
Verwaltung	147	157	-10	-6
	1.007	1.015	-8	-1

Abschreibungen

Die Abschreibungen haben sich im Berichtszeitraum leicht um 2,2 % auf € 4,4 Mio. reduziert (Vorjahr: € 4,5 Mio.).

Dabei reduzierten sich ausschließlich die Abschreibungen auf Sachanlagen auf € 2,6 Mio. (Vorjahr: € 2,7 Mio.), die Abschreibungen auf Software und Lizenzen blieben mit € 1,8 Mio. konstant.

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge

	Mio. € 2010	Mio. € 2009	Mio. € +/-
Sonstige betriebliche Aufwendungen			
Vertriebsaufwendungen	-87,3	-72,2	-15,1
davon Marketing	-39,3	-31,9	-7,4
davon Kundenservice	-27,4	-17,9	-9,5
davon Sonstiges	-20,6	-22,4	1,8
Verwaltungsaufwendungen	-14,2	-12,5	-1,7
Betriebsaufwendungen	-3,4	-3,8	0,4
Übrige	-1,7	-2,8	1,1
	-106,6	-91,3	-15,3
Sonstige betriebliche Erträge	4,8	4,7	0,1
Saldo	-101,8	-86,6	-15,2

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge erhöhten sich in 2010 um € 15,2 Mio. auf € 101,8 Mio., blieben aber mit einem Anteil von 6,2 % vom Umsatz genau auf Vorjahresniveau. Der Anstieg ist allein auf die Ausweitung des Geschäftsvolumens zurückzuführen und spiegelt sich entsprechend vorrangig in den Vertriebsaufwendungen wider.

2010 erweiterte MEDION seine gezielten Investitionen in die Stärkung der Markenattraktivität von MEDION im Rahmen der Wiedergewinnung von Marktanteilen im Ausland, der Internationalisierung des Direktgeschäftes sowie in den Aufbau neuer Vertriebskanäle. Hierzu erhöhten sich die Aufwendungen für Marketing um € 7,4 Mio. auf € 39,3 Mio. (Vorjahr: € 31,9 Mio.).

Die Aufwendungen für Kundenservice erhöhten sich um € 9,5 Mio. auf € 27,4 Mio. (Vorjahr: € 17,9 Mio.). Dieser Effekt resultiert jedoch im Wesentlichen aus dem Umstand, dass im Vorjahr durch den Umsatzrückgang die Inanspruchnahme der Rückstellungen für den Kundenservice über den Zuführungen für neue Umsätze lag, während im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 im Umkehreffekt aufgrund des hohen Umsatzwachstums vermehrt der Rückstellung zugeführt wurde. Dieser Nettoeffekt aus den Zuführungen betrug allein € 6,4 Mio. Darüber hinaus gab es durch den Anstieg des Geschäftsvolumens auch schon im Geschäftsjahr höhere Kundenserviceaktivitäten.

Der Anstieg der Verwaltungsaufwendungen um € 1,7 Mio. auf € 14,2 Mio. betrifft in erster Linie EDV-Aufwendungen, die ebenfalls wesentlich durch den Ausbau und die Internationalisierung des Direktgeschäftes begründet sind.

Die sonstigen betrieblichen Erträge betreffen im Wesentlichen Schadenersatz, Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Provisionserlöse sowie periodenfremde Erträge.

5.3.4 Operatives Ergebnis (EBIT)

EBIT NACH SEGMENTEN

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
	2010		2009		+/-
Projektgeschäft	16,1	57,3	13,7	72,9	2,4
Direktgeschäft	12,5	44,5	6,3	33,5	6,2
Überleitung Konzern	-0,5	-1,8	-1,2	-6,4	0,7
EBIT	28,1	100,0	18,8	100,0	9,3

Die Analyse des operativen Ergebnisses nach Segmenten unterstreicht wie schon im Vorjahr die Erfolge bei der eingeleiteten strategischen Neuausrichtung der Geschäftsfeld- und Produktpolitik.

Analog zur Umsatzentwicklung steigerte das klassische Projektgeschäft sein operatives Ergebnis, jedoch ging sein Anteil am Gesamtergebnis zurück. Dabei konnte trotz Preisdrucks das operative Ergebnis mit einem Anstieg von € 2,4 Mio. oder 17,5 % sogar stärker wachsen als der zugrunde liegende Umsatz (+13,2 %) und sich das Ergebnis auf 1,4 % vom Umsatz (Vorjahr: 1,3 %) verbessern.

Das Direktgeschäft hat erwartungsgemäß sowohl sein absolutes operatives Ergebnis als auch seinen Anteil am Gesamtergebnis steigern können. Die durch die Erweiterung des Direktgeschäftes realisierten Skaleneffekte führten zu einer Verbesserung des operativen Ergebnisses auf 2,6 % vom Umsatz nach 1,6 % im Vorjahr. Somit stieg das operative Ergebnis um € 6,2 Mio. auf € 12,5 Mio. und erhöhte seinen Anteil am Gesamtergebnis von 33,5 % auf 44,5 %.

5.3.5 Ertragsteuern

	Mio. € 2010	Mio. € 2009
Effektive zahlungswirksame Steuern	5,2	3,5
Latente Ertragsteuern		
Verbrauch aktiver latenter Steuern	4,7	4,0
Übrige latente Steuern	-0,1	-0,1
Ertragsteueraufwand	9,8	7,4

Wegen der Regelungen zur Mindestbesteuerung in Deutschland fallen trotz der noch bestehenden steuerlichen Verlustvträge der MEDION AG effektive Ertragsteuerbelastungen der AG von € 3,3 Mio. für 2010 an (Vorjahr: € 2,6 Mio.).

Aufgrund des Jahresüberschusses 2010 der MEDION AG wurden im Berichtsjahr € 4,7 Mio. der zum 31. Dezember 2009 aktivierten latenten Steuern auf Verlustvträge verbraucht (Verbrauch im Vorjahr: € 4,0 Mio.). Auf Basis der an die veränderten konjunkturellen Rahmenbedingungen angepassten mittelfristigen Unternehmensprognose geht MEDION davon aus, dass sämtliche noch bestehenden steuerlichen Verlustvträge in einem als hinreichend sicher definierten Planungshorizont genutzt werden können.

5.3.6 Vermögens- und Finanzlage

BILANZSTRUKTUR	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	31.12.2010		31.12.2009		+/-	
Zahlungsmittel/-äquivalente	123,1	17,7	224,3	31,3	-101,2	-45,1
Vorräte	199,4	28,7	188,9	26,4	10,5	5,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	262,6	37,8	219,1	30,6	43,5	19,9
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	63,7	9,2	33,6	4,7	30,1	89,6
davon: Geldanlagen	30,0	4,3	0,0	0,0	30,0	-
Kurzfristige Vermögenswerte	648,8	93,4	665,9	93,0	-17,1	-2,6
Sachanlagen	30,6	4,4	30,1	4,2	0,5	1,7
Immaterielle Vermögenswerte	3,1	0,4	3,1	0,4	0,0	0,0
Latente Steuern	11,1	1,6	15,8	2,2	-4,7	-29,7
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1,2	0,2	1,4	0,2	-0,2	-14,3
Langfristige Vermögenswerte	46,0	6,6	50,4	7,0	-4,4	-8,7
Summe Aktiva	694,8	100,0	716,3	100,0	-21,5	-3,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	139,1	20,0	144,7	20,2	-5,6	-3,9
Steuerrückstellungen	3,4	0,5	2,0	0,3	1,4	70,0
Übrige Rückstellungen	161,1	23,1	190,6	26,6	-29,5	-15,5
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	10,2	1,5	8,5	1,2	1,7	20,0
Kurzfristige Verbindlichkeiten	313,8	45,1	345,8	48,3	-32,0	-9,3
Langfristige Verbindlichkeiten	2,6	0,4	2,7	0,4	-0,1	-3,7
Eigenkapital	425,2	61,2	414,9	57,9	10,3	2,5
abzgl. erworbener eigener Aktien	-46,8	-6,7	-47,1	-6,6	0,3	0,6
Bilanzielles Eigenkapital (IFRS)	378,4	54,5	367,8	51,3	10,6	2,9
Summe Passiva	694,8	100,0	716,3	100,0	-21,5	-3,0

Die Bilanzsumme des Konzerns verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr um € 21,5 Mio. (3,0 %) auf € 694,8 Mio. (Vorjahr: € 716,3 Mio.).

Das Eigenkapital erhöhte sich um € 10,6 Mio. (+2,9 %) auf € 378,4 Mio. Dieses entspricht einer wiederholt erhöhten Eigenkapitalquote von 54,5 % nach 51,3 % im Vorjahr.

Erfolgsneutrale Inanspruchnahmen von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen, insbesondere im dritten und vierten Quartal, Investitionen in mittelfristige Geldanlagen sowie die verstärkte Mittelbindung im Working Capital im Rahmen des umsatzstarken vierten Quartals haben zu einer Verminderung der liquiden Mittel um € 101,2 Mio. auf € 123,1 Mio. (Vorjahr: € 224,3 Mio.) geführt.

Dem Anstieg der Kapitalbindung durch die Erhöhung der Vorräte um € 10,5 Mio. und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um € 43,5 Mio. steht ein Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um € 5,6 Mio. gegenüber, womit sich das Working Capital im Berichtsjahr insgesamt um € 59,6 Mio. auf € 322,8 Mio. erhöht hat (Vorjahr: € 263,2 Mio.). Unter Berücksichtigung des Mittelabflusses durch die Inanspruchnahme von Rückstellungen (€ 30 Mio.) und die Investitionen in Geldanlagen (€ 30 Mio., die im Vorjahr im Posten Zahlungsmittel/-äquivalente ausgewiesen wurden) korrespondiert dieses mit der Veränderung der liquiden Mittel.

Die Erhöhung der sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte resultiert aus den genannten Investitionen in Geldanlagen.

5.3.7 Kapitalflussrechnung

CASHFLOW	Mio. €	Mio. €	Mio. €	%
	2010	2009	+/-	
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	28,1	18,8	9,3	49,5
Planmäßige Abschreibungen sowie andere zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	4,7	5,1	-0,4	-7,8
Brutto Cashflow	32,8	23,9	8,9	37,2
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen	-89,1	32,7	-121,8	>-100,0
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	-29,5	3,3	-32,8	>-100,0
Aus-/Einzahlungen für Steuern	-3,3	-8,6	5,3	61,6
Mittelab-/zufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-89,1	51,3	-140,4	>-100,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-4,4	-3,1	-1,3	-41,9
Free Cashflow	-93,5	48,2	-141,7	>-100,0
Ein-/Auszahlungen durch Abgang/Erwerb eigener Aktien	0,5	-4,1	4,6	>100,0
Auszahlungen Dividenden	-8,9	-6,7	-2,2	-32,8
Netto-Zahlungen Finanzverbindlichkeiten	0,5	2,7	-2,2	-81,5
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-7,9	-8,1	0,2	2,5
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-101,4	40,1	-141,5	>-100,0
Wechselkursbedingte Veränderung des Finanzmittelfonds	0,2	0,0	0,2	-
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	224,3	184,2	40,1	21,8
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	123,1	224,3	-101,2	-45,1

Korrespondierend zum Anstieg des operativen Ergebnisses hat sich auch der Brutto Cashflow um 37,2 % (€ +8,9 Mio.) erhöht. Durch die zuvor beschriebene erhöhte Mittelbindung im Working Capital im Rahmen des Anstiegs des Geschäftsvolumens und durch die Inanspruchnahme von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen hat sich entsprechend der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vermindert.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit lag mit € -4,4 Mio. um € -1,3 Mio. höher als im Vorjahr (€ -3,1 Mio.), der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit lag mit € -7,9 Mio. auf Vorjahresniveau (€ -8,1 Mio.), wobei einer höheren Dividende ein verminderter Zufluss aus erneut reduzierten Transaktionen im Rahmen der ABS-Finanzierung gegenübersteht.

Insgesamt ergibt sich im Berichtsjahr 2010 eine zahlungswirksame Verminderung des Finanzmittelfonds von € 101,2 Mio. auf einen Jahresendstand an freier Liquidität in Höhe von € 123,1 Mio.

Stichtagsliquidität

Dem Finanzmittelfonds von € 123,1 Mio. (Vorjahr: € 224,3 Mio.) standen zum 31. Dezember 2010 wie bereits im Vorjahr nur geringe Netto-Verbindlichkeiten aus den Asset-Backed-Security-Finanzierungen gegenüber (€ 1,9 Mio., Vorjahr: € 2,0 Mio.), so dass die Stichtagsliquidität annähernd den Zahlungsmitteln bzw. -äquivalenten entspricht.

Als „Net-Cash“ ergibt sich folgender Betrag:

	Mio. € 31.12.2010	Mio. € 31.12.2009
Finanzmittelfonds	123,1	224,3
Abzüglich:		
Netto-ABS-Verbindlichkeiten	1,9	2,0
	121,2	222,3

Der MEDION-Konzern verfügte das ganze Jahr über eine deutlich positive Netto-Cash-Position. Bankkredite mussten im Berichtsjahr nicht aufgenommen werden, es konnte sogar in mittelfristige Geldanlagen investiert werden.

Insgesamt verfügt MEDION mit dem hohen Eigenkapital von € 378,4 Mio., einer bilanziellen Eigenkapitalquote von 54,5 %, der Liquidität von zum Stichtag € 121,2 Mio. und einem flexiblen und kostengünstigen Finanzierungsinstrument in Form von vertraglich vereinbarten Asset-Backed-Security-Finanzierungsmöglichkeiten sowie dem bestehenden Projektfinanzierungsrahmen (Syndicated Loan) weiterhin über sehr gute Finanzierungsrahmenbedingungen.

5.3.8 MEDION AG (ergänzende Erläuterungen auf Basis HGB)

Der Lagebericht der MEDION AG und der Konzernlagebericht über das Geschäftsjahr 2010 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Der Jahresabschluss der MEDION AG nach HGB und der zusammengefasste Lagebericht werden zeitgleich im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Die Vorschriften des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) wurden für die MEDION AG erstmals angewendet. Dabei wurde auf die Anpassung der Vorjahreswerte in Anwendung einer Erleichterungsregelung des BilMoG verzichtet. Durch die Erstanwendung wurde im Wesentlichen der Ausweis der eigenen Anteile beeinflusst.

Ertragslage MEDION AG nach HGB

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €
	2010		2009		+/-
Umsatz	1.632,0	100,0	1.402,6	100,0	229,4
Materialeinsatz	-1.451,7	-89,0	-1.247,4	-88,9	-204,3
Rohertrag	180,3	11,0	155,2	11,1	25,1
Personalaufwand	-27,7	-1,7	-27,0	-1,9	-0,7
Sonstige Aufwendungen u. Erträge	-124,0	-7,6	-102,6	-7,3	-21,4
Abschreibungen	-4,2	-0,3	-4,3	-0,3	0,1
EBIT	24,4	1,4	21,3	1,5	3,1
Finanzergebnis	1,4	0,1	7,1	0,5	-5,7
EBT	25,8	1,5	28,4	2,0	-2,6
Steuern	-4,5	-0,3	-3,3	-0,2	-1,2
Ergebnis MEDION AG	21,3	1,2	25,1	1,8	-3,8

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die MEDION AG auf Einzelabschlussbasis ein Umsatzwachstum von 16,4 % (€ +229,4 Mio.) auf € 1.632,0 Mio. (Vorjahr: € 1.402,6 Mio.) realisieren.

Die MEDION AG konnte trotz erwartungsgemäß verstärkten Preisdrucks im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einer Rohmarge von 11,0 % das Vorjahresniveau nahezu erreichen und im Zuge des Umsatzwachstums den Rohertrag um € 25,1 Mio. (+16,2 %) steigern.

Der Personalaufwand der AG lag in 2010 mit € 27,7 Mio. über Vorjahresniveau (€ 27,0 Mio., +2,6 %). Zum Bilanzstichtag waren 473 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) bei der MEDION AG beschäftigt (Vorjahr: 472).

Personalaufwand MEDION AG nach HGB

	2010	2009
Personalaufwand, gesamt in T€	27.641	26.951
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	466	471
Personalaufwand pro Mitarbeiter in €	59.315	57.221

Ein Rückgang der Mitarbeiterzahl war im Wesentlichen im Service- und Verwaltungsbe-
reich zu verzeichnen. Gegenläufig wirkte sich die Verstärkung des Vertriebsbereiches zum
Ausbau und zur Internationalisierung des Direktgeschäftes aus. Vor diesem Hintergrund
erklärt sich der Anstieg des durchschnittlichen Personalaufwandes pro Mitarbeiter um 3,7 %
auf € 59.315.

Die Abschreibungen haben sich im Berichtszeitraum leicht um 2,3 % auf € 4,2 Mio. redu-
ziert (Vorjahr: € 4,3 Mio.). Dabei reduzierten sich ausschließlich die Abschreibungen auf
Sachanlagen auf € 2,4 Mio. (Vorjahr: € 2,5 Mio.), die Abschreibungen auf Software und
Lizenzen blieben mit € 1,8 Mio. konstant.

Sonstige betriebliche Aufwendungen/Erträge der MEDION AG nach HGB

	Mio. € 2010	Mio. € 2009	Mio. € +/-
Sonstige betriebliche Aufwendungen			
Vertriebsaufwendungen	-111,3	-94,4	-16,9
davon Marketing	-38,5	-31,3	-7,2
davon Kundenservice	-48,2	-37,6	-10,6
davon Sonstiges	-24,6	-25,5	0,9
Verwaltungsaufwendungen	-13,0	-11,1	-1,9
Betriebsaufwendungen	-2,5	-2,6	0,1
Übrige	-2,0	-3,2	1,2
	-128,8	-111,3	-17,5
Sonstige betriebliche Erträge	4,8	8,7	-3,9
Saldo	-124,0	-102,6	-21,4

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Erträge erhöhten sich bei der MEDION AG um € 21,4 Mio. auf € 124,0 Mio., blieben aber mit einem Anteil von 7,6 % vom Umsatz fast auf dem Vorjahresniveau von 7,3 %. Demzufolge ist der Anstieg allein auf die Ausweitung des Geschäftsvolumens zurückzuführen und spiegelt sich entsprechend vorrangig in den Vertriebsaufwendungen durch gezielte Investitionen in die Stärkung der Markenattraktivität von MEDION wider. Hierzu erhöhten sich die Aufwendungen für Marketing um € 7,2 Mio. auf € 38,5 Mio. (Vorjahr: € 31,3 Mio.).

Die Aufwendungen für Kundenservice erhöhten sich um € 10,6 Mio. auf € 48,2 Mio. (Vorjahr: € 37,6 Mio.), worin sich insbesondere die Erhöhung der Gewährleistungsrückstellung (Vorjahr: Verbrauch) ausgewirkt hat.

Der Anstieg der Verwaltungsaufwendungen um € 1,9 Mio. auf € 13,0 Mio. (Vorjahr: € 11,1 Mio.) betrifft in erster Linie EDV-Aufwendungen, die ebenfalls wesentlich durch den Ausbau und die Internationalisierung des Direktgeschäftes begründet sind.

Die MEDION AG weist auch 2010 ein positives Finanzergebnis in Höhe von € 1,4 Mio. (Vorjahr: € 7,1 Mio.) aus. Der Rückgang resultiert im Wesentlichen daraus, dass im Gegensatz zu diesem Jahr im Vorjahr Beteiligungserträge realisiert wurden (€ 4,0 Mio.). Während die Zinserträge zudem aufgrund eines verminderten Zinsniveaus um € 0,9 Mio. auf € 3,9 Mio. sanken, erhöhten sich die Zinsaufwendungen um € 0,8 Mio. auf € 2,4 Mio. im Wesentlichen durch erwartete Zinsen auf Steuernachzahlungen in Höhe von € 0,7 Mio.

Wegen der Regelungen zur Mindestbesteuerung in Deutschland fallen trotz der noch bestehenden steuerlichen Verlustvträge der MEDION AG effektive Ertragsteuerbelastungen der AG von € 4,3 Mio. im Jahr 2010 an (Vorjahr: € 3,0 Mio.). Diese beinhalten in Höhe von € 1,1 Mio. Steuerbelastungen für Vorjahre in Folge der steuerlichen Außenprüfung für die Jahre 2003 bis 2006.

Insgesamt konnte die MEDION AG somit im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Ergebnis (EBIT) von € 24,4 Mio. sowie einen Jahresüberschuss von € 21,3 Mio. erzielen. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, eine Dividende von € 0,23 je gewinnberechtigter Stückaktie auszuschütten.

Bilanzstruktur der MEDION AG nach HGB

	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
	31.12.2010		31.12.2009		+/-	
Anlagevermögen	37,2	5,5	37,1	5,1	0,1	0,3
Langfristige Vermögenswerte	37,2	5,5	37,1	5,1	0,1	0,3
Vorräte	199,3	29,5	188,9	26,1	10,4	5,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	262,0	38,8	219,1	30,3	42,9	19,6
Flüssige Mittel	91,7	13,6	166,4	23,0	-74,7	-44,9
Übrige Vermögenswerte	85,8	12,7	111,5	15,4	-25,7	-23,0
davon: Geldanlagen	30,0	4,3	0,0	0,0	30,0	-
Kurzfristige Vermögenswerte	638,8	94,5	685,9	94,9	-47,1	-6,9
Summe Aktiva	676,0	100,0	723,0	100,0	-47,0	-6,5
Eigenkapital	363,0	53,7	377,1	52,2	-13,9	-3,7
Langfristige Verbindlichkeiten	2,5	0,4	2,0	0,3	0,5	25,0
Steuerrückstellungen	2,2	0,3	1,1	0,2	1,1	100,0
Übrige Rückstellungen	158,5	23,4	188,7	26,1	-30,2	-16,0
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	149,8	22,2	154,1	21,3	-4,3	-2,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	310,5	45,9	343,9	47,6	-33,4	-9,7
Summe Passiva	676,0	100,0	723,0	100,0	-47,0	-6,5

Die Bilanzsumme der MEDION AG verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr um € 47,0 Mio. (-6,5 %) auf € 676,0 Mio. (Vorjahr: € 723,0 Mio.). Die Eigenkapitalquote erhöhte sich weiter auf 53,7 % nach 52,2 % im Vorjahr. Dem Anstieg der Kapitalbindung durch die Erhöhung der Vorräte um € 10,4 Mio. und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um € 42,9 Mio. steht ein Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um € 5,5 Mio. gegenüber. Inanspruchnahmen von Rückstellungen, Investitionen in mittelfristige Geldanlagen (€ 30 Mio., die noch im Vorjahr im Posten flüssige Mittel ausgewiesen wurden) sowie die verstärkte Mittelbindung im Working Capital im Rahmen des umsatzstarken vierten Quartals haben wesentlich zu einer Verminderung der zum Abschlussstichtag vorhandenen flüssigen Mittel um € 74,7 Mio. auf € 91,7 Mio. (Vorjahr: € 166,4 Mio.) geführt.

Verkürzte Kapitalflussrechnung der MEDION AG nach HGB

	Mio. € 2010	Mio. € 2009	Mio. € +/-	%
Jahresüberschuss	21,3	25,1	-3,8	-15,1
Planmäßige Abschreibungen sowie andere zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	4,0	0,6	3,4	>100,0
Brutto Cashflow	25,3	25,7	-0,4	-1,6
Veränderungen im Netto-Umlaufvermögen	-79,1	29,9	-109,0	>-100,0
Veränderungen der übrigen Rückstellungen	-29,0	-0,2	-28,8	>-100,0
Mittelab-/zufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-82,8	55,4	-138,2	>-100,0
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-3,6	-3,0	-0,6	-20,0
Free Cashflow	-86,4	52,4	-138,8	>-100,0
Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-8,3	-8,9	0,6	6,7
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-94,7	43,5	-138,2	>-100,0
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres	221,4	177,9	43,5	24,5
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres	126,7	221,4	-94,7	-42,8

Durch die erhöhte Mittelbindung im Working Capital im Rahmen des Anstiegs des Geschäftsvolumens sowie die geplanten Inanspruchnahmen von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen hat sich entsprechend der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit vermindert. Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit lag mit € -8,3 Mio. um € 0,6 Mio. unter dem Vorjahr (€ -8,9 Mio.).

Insgesamt ergibt sich somit für die MEDION AG eine zahlungswirksame Verminderung des Finanzmittelfonds von € 94,7 Mio. auf einen Jahresendstand an freier Liquidität in Höhe von € 126,7 Mio.

5.4.1 Entwicklung

Die Anzahl der im MEDION-Konzern in 2010 durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter hat sich umgerechnet auf Vollzeitäquivalente von 1.015 im Vorjahr um 0,8 % auf 1.007 verringert. Davon entfielen auf die MEDION AG und ihre inländischen Tochtergesellschaften 875 (Vorjahr: 848) und auf die ausländischen Gesellschaften 132 (Vorjahr: 167).

Trotz der gesunkenen Personalzahlen ist im Berichtsjahr ein leichter Anstieg der Personalkosten zu verzeichnen. Diese Entwicklung geht mit einem höheren Grad der Spezialisierung und Professionalisierung einiger Funktionen innerhalb des MEDION-Konzerns in 2010 einher.

Der Personalaufwand hat sich im Berichtsjahr mit € 48,5 Mio. im Vergleich zum Vorjahr (€ 47,3 Mio.) um € 1,2 Mio. (2,5 %) erhöht.

Im Geschäftsjahr wurde die im Vorjahr eingeleitete Konsolidierung der internationalen Serviceprozesse erfolgreich fortgeführt. Durch die Schaffung von einheitlichen Lager- und Reparaturprozessen europaweit sowie deren Verlagerung auf externe Dienstleister konnten erhebliche Synergieeffekte erzielt werden.

Darüber hinaus wirkte sich 2010 bei den Personalkosten die Stärkung unseres Direct-Sales-Geschäftes einschließlich E-Commerce im MEDION-Konzern aus. Hierzu zählt auch der internationale Roll-out des MEDION-Webshops.

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Veränderung der Anzahl der Mitarbeiter am Stichtag 31. Dezember 2010 gegenüber dem Vorjahresstichtag.

VERÄNDERUNG MITAR-
BEITERZAHLEN (VOLLZEIT-
ÄQUIVALENTE ZUM 31.12.)

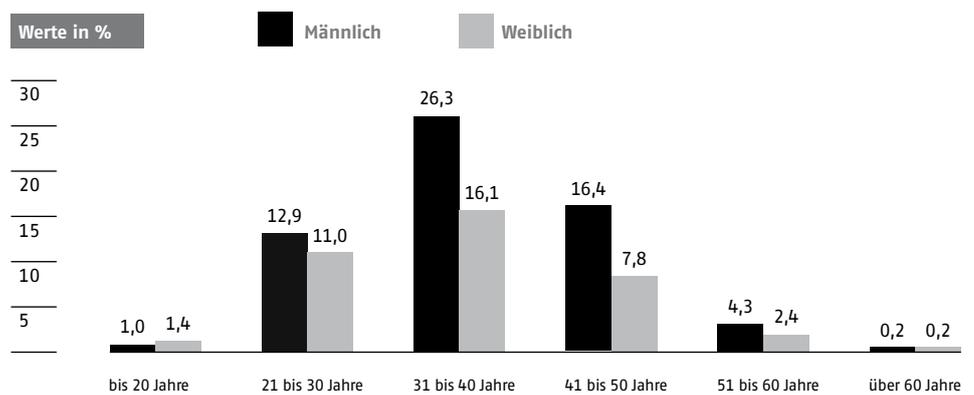
	Anzahl 2010	Anzahl 2009	+/- Anzahl	+/- %
Inland				
Vertrieb	276	261	15	6
Service	491	437	54	12
Verwaltung	134	145	-11	-8
	901	843	58	7
Ausland				
Vertrieb	35	29	6	21
Service	86	92	-6	-7
Verwaltung	14	14	0	0
	135	135	0	0
Gesamt				
Vertrieb	311	290	21	7
Service	577	529	48	9
Verwaltung	148	159	-11	-7
	1.036	978	58	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 relativ junges Durchschnittsalter und eine relativ kurze Beschäftigungsdauer auf. Im Berichtsjahr waren bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften 38,9 % Frauen (Vorjahr: 40,0 %) und 61,1 % Männer (Vorjahr: 60,0 %) beschäftigt.

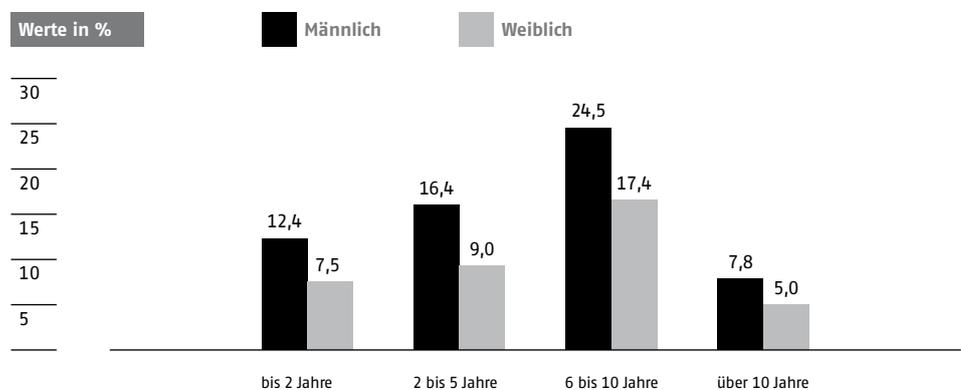
Das Durchschnittsalter hat sich im Berichtsjahr im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig verändert und lag in 2010 bei 37,0 Jahren (Vorjahr: 36,6). Die nachfolgende Darstellung gibt einen Überblick über die Altersstruktur der Mitarbeiter, getrennt nach Frauen und Männern.

ALTERSSTRUKTUR



Die Durchschnittsdauer der Beschäftigung bei der MEDION AG und deren inländischen Tochtergesellschaften lag im Jahr 2010 bei ca. 6,1 Jahren (Vorjahr: 5,9 Jahre).

BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT



Die Krankenstatistik im Bereich der MEDION AG lag im Berichtsjahr bei 2,7 % (Vorjahr: 2,7 %) und damit unter dem Bundesdurchschnitt von 3,7 % (Vorjahr: 3,3 %).

5.4.3 Motivation

Die hohe Motivation und die Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Aufgrund einer schlanken Organisationsform und schneller Entscheidungswege werden unsere Mitarbeiter in wichtige Entscheidungsprozesse aktiv einbezogen. Die Nähe zu unseren Mitarbeitern ist uns sehr wichtig, um die immer komplexer werdenden Arbeitsabläufe in den unterschiedlichen Bereichen an die veränderten Marktbedingungen und damit verbundenen steigenden Anforderungen anzupassen.

Notwendige personelle Maßnahmen im Rahmen von Strukturverbesserungen werden vom Management verantwortungsbewusst und unter größtmöglicher Berücksichtigung der Belange unserer Mitarbeiter umgesetzt.

Bei der Besetzung von vakanten Positionen legen wir großen Wert darauf, einerseits die Fähigkeiten und Potentiale von Mitarbeitern, andererseits aber auch deren persönliche Karriereziele zu berücksichtigen. Dies beinhaltet, dass Mitarbeiter auf ihrem Karriereweg persönlich begleitet und zielgerichtet für eine Funktion qualifiziert und entwickelt werden. Damit werden eine zielgerichtete, interne Stellenbesetzung gefördert, Einarbeitungszeiten reduziert und den Mitarbeitern somit interessante Entwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt.

MEDION investiert in ein positives Arbeitsumfeld. Modern ausgestattete Arbeitsplätze, interessante Jobinhalte sowie das umfangreiche Sportangebot auf der eigenen Sportanlage auf unserem Firmengelände, der ehemaligen Gustav-Heinemann-Kaserne, tragen zu einem produktiven Arbeitsklima bei.

Mitarbeiter haben im Rahmen von Einarbeitungsplänen die Möglichkeit, sich schnell in die Unternehmensstrukturen und -prozesse einzufinden. Praktikanten können „on the Job“ Einblicke in die vielfältigen Aufgaben der gesamten Supply Chain gewinnen.

Bei der Zusammenstellung unserer Belegschaft legen wir Wert auf Vielfalt – ungeachtet von Geschlecht, Nationalität, Religion oder ethnischer Herkunft.

5.4.4 Wesentliche Vereinbarungen

MEDION legt großen Wert auf eine offene und freundliche Unternehmenskultur sowie eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der Mitarbeitervertretung und den einzelnen Mitarbeitern.

Die Zusammenarbeit zwischen der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat war auch im abgelaufenen Geschäftsjahr von einem konstruktiven Miteinander geprägt.

Die Personalveränderungen wurden unter Beachtung der Sozialverträglichkeit umgesetzt. Die 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.

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

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

Eine wesentliche Betriebsvereinbarung regelt die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Call-Center. Wegen des branchentypisch wechselnden Arbeitsanfalls war es erforderlich, die individuelle Arbeitszeit der Mitarbeiter im Call-Center an die aufgrund des Aktionsgeschäftes stark schwankende Auslastung anzupassen. Zielsetzung war es, eine flexiblere und bedarfsgerechte Organisation der Arbeitszeiten im Call-Center zu erreichen, um sich den durch die höhere Produktkomplexität gestiegenen Kundenanforderungen anzupassen. Diese Maßnahmen sind von strategischer Bedeutung, da die Effizienz des Call-Centers ein 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.

Eine weitere wichtige Betriebsvereinbarung regelt die Einführung und Umsetzung von Qualitätsmaßnahmen im Call-Center. Diese Maßnahmen dienen dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit und wesentlicher Kundenbeziehungen sowie der Erhaltung/Schaffung zukunftssicherer Arbeitsplätze.

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 und seit der Erweiterung des Angebotes der betrieblichen Altersversorgung um das Versorgungswerk „Metallrente“ im Jahr 2009 von insgesamt ca. 35 % (Vorjahr: 30 %) der bei der MEDION AG beschäftigten Mitarbeiter genutzt.

Die MEDION AG hat 2010 das 2007 aufgesetzte Konzept zur betrieblichen Gesundheitsförderung erfolgreich fortgesetzt. Ein wesentlicher Bestandteil ist die finanzielle Unterstützung aller interessierten Mitarbeiter bei der Raucherentwöhnung durch anerkannte medizinische Verfahren. In diesem Jahr wurden die im Rahmen des Gesundheits- und Arbeitsschutzes unternehmensseitig angebotenen Gesundheitstage einschließlich allgemeiner Gesundheits-Checks und Bildschirmarbeitsplatzuntersuchungen von einer Vielzahl von Mitarbeitern genutzt. Weiter wurde mit Unterstützung der Fachkraft für Arbeitssicherheit erstmals eine Mitarbeiterumfrage zum Thema „Büroarbeitsplatz und Bildschirmarbeit“ mit gutem Ergebnis durchgeführt.

Die Vergütungssysteme wurden den sich wandelnden Erfordernissen angepasst. Das im Jahr 2005 in einem Teilbereich des Unternehmens eingeführte einheitliche Gehaltsmodell, in dem Mitarbeiter je nach Grad ihrer Qualifikation in bestimmte Entgeltgruppen eingruppiert werden und durch Qualifizierungsmaßnahmen in den Bereichen Kommunikation sowie Führungskräfteentwicklung systematisch weitergebildet werden, hat sich im Jahr 2010 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 Maßnahmen durchgeführt, die der Qualitätssteigerung dienen. An einem zu diesem Zweck durchgeführten Assessment-Center nahmen viele Mitarbeiter teil. Das Instrument Assessment-Center wurde des Weiteren nicht ausschließlich zum Zwecke der Personalentwicklung, sondern auch für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter eingesetzt.

Darüber hinaus wurden den Mitarbeitern externe Weiterbildungsmaßnahmen und IT-bezogene Schulungen angeboten, die im Bereich SAP R/3 durch ein SAP-Inhouse-Competence-Center und im Bereich von Microsoft Office durch einen externen Trainingsanbieter durchgeführt wurden. Des Weiteren wurde mit großem Erfolg ein modular aufgebautes Qualifizierungsprogramm für den Vertrieb und vertriebsnahe Funktionen im Rahmen der Förderung von Vertriebs- und Führungsnachwuchskräften durchgeführt.

Im Rahmen der im Unternehmen implementierten Compliance-Grundsätze zum Umgang mit nicht öffentlich bekannten Informationen aus dem betrieblichen Umfeld wurden wie im

Vorjahr insgesamt 80 Mitarbeiter, die als so genannte Insider gemäß dem Leitfaden der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) im so genannten Insiderverzeichnis geführt werden, in einer Schulungsmaßnahme über die neuesten gesetzlichen Bestimmungen informiert. Darüber hinaus wurden solche Mitarbeiter, die in der Ausübung ihrer Funktion Aufgaben des Einkaufs, der Produktentwicklung und des Produktmanagements oder des Vertriebes übernehmen, sonstige Aufträge an Dritte geben oder bestätigen sowie im weiteren Sinne mit Preis- und Vertragsverhandlungen oder deren Umsetzung betraut sind, zur Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen durch den Abschluss von arbeitsvertraglichen Zusatzvereinbarungen verpflichtet.

Damit wurde sichergestellt, dass mitarbeiter- und unternehmensseitig alle erforderlichen Maßnahmen zur Bekämpfung bzw. Vermeidung von Korruption und Vorteilsnahme getroffen sind.

MEDION beteiligt sich aktiv an der betrieblichen Ausbildung junger Menschen. Im Jahr 2010 waren insgesamt 49 (Vorjahr: 52) Auszubildende bei der MEDION AG beschäftigt. Dies entspricht einer Ausbildungsquote von 5,2 % (Vorjahr: 5,8 %). Die Auszubildenden teilen sich auf folgende Ausbildungsgänge auf: 22 kaufmännische, 6 technische sowie 21 im Dialogmarketing. Erstmals wurde der Ausbildungsgang „Kauffrau/-mann im Einzelhandel“ angeboten. Da MEDION ausschließlich für den eigenen Bedarf ausbildet, können wir in der Regel allen Ausgebildeten ein Arbeitsplatzangebot unterbreiten.

5.5 Nachhaltigkeit

Bei MEDION ist man immer auf der Suche nach neuen Ideen. Und dies nicht nur bei der Positionierung der Marke MEDION als Technologieführer und Innovator, sondern auch wenn es darum geht, wie wir mit den uns anvertrauten Ressourcen umgehen.

Auf der Basis verantwortungsvollen Handelns ist Nachhaltigkeit schon lange ein zentrales Thema im MEDION-Konzern. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden die bis dahin durchgeführten Aktivitäten in einem neuen Bereich „Corporate Social Responsibility“ zentral gebündelt.

Die damit verbundene Zielsetzung ist es, sämtliche Prozesse innerhalb unseres Unternehmens, aber auch im Zusammenspiel mit unseren externen Partnern, systematisch und kontinuierlich zu verbessern. Dabei kommt der Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften sowie nationaler wie internationaler Standards eine hohe Bedeutung zu. Dieser Anspruch betrifft alle Funktionen und Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette unseres Unternehmens – von den Rohstoffen über Produktion und Logistik bis hin zur Anwendung und Entsorgung unserer Produkte. Geeignete Maßnahmen dafür werden unter den Aspekten Ökonomie, Umwelt und Soziales daraus abgeleitet.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr stand vor allem die Schonung der Wälder im Fokus unserer Aufmerksamkeit. Unsere Priorität ist es, so wenig Papier wie nötig zu verbrauchen. Zu diesem Zweck wurde analysiert, an welchen Arbeitsplätzen eigene Drucker zur Verfügung gestellt werden müssen, und wo möglich, durch Netzwerkdrucker, die von mehreren Mitarbeitern genutzt werden können, ersetzt. Des Weiteren wurde der komplette Prozess des Bewerbermanagements umgestellt. Interessierte Kandidaten haben die Möglichkeit, sich auf dem Karriereportal von MEDION online zu bewerben – ganz bequem und papierlos. Darüber hinaus haben wir ein umweltschonendes modulares Verpackungskonzept entwickelt, das weg von vollflächig bedruckten Kartonagen hin zu einfachen Umkartons mit Labeln führt. Die Mülltrennung auf unserem Firmengelände, der ehemaligen Gustav-Heinemann-Kaserne, in Papier und Restmüll ist ein weiterer wichtiger Schritt hin zu einem nachhaltigen Umgang mit der Umwelt.

Der Arbeits- und Gesundheitsschutz genießt einen hohen Stellenwert bei MEDION. Wir legen großen Wert darauf, unsere Mitarbeiter gesund und leistungsfähig zu erhalten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden die Angebote zu Gesundheits-Checks von vielen Mitarbeitern genutzt. In Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitern wurden alle Arbeitsplätze von Sicherheitsfachkräften überprüft. Die in diesem Zusammenhang durchgeführte Mitarbeiterumfrage zum Thema „Büroarbeitsplatz und Bildschirmarbeit“ hat ein gutes Ergebnis erzielt. Dabei ist es unser Bestreben, Verbesserungspotentiale zu identifizieren, Unfälle zu vermeiden und arbeitsbedingte Gesundheitsrisiken zu minimieren.

MEDION engagiert sich für eine Reihe von gesellschaftlichen Themen – in guten wie in schlechten Zeiten. Hierzu zählt die Unterstützung von Menschen in Not genauso wie die Förderung von Kultur und Sport.

Wie schon Ende 2004, als MEDION im Rahmen einer unternehmensweiten Spendenaktion gemeinsam mit seinen Mitarbeitern mehr als € 30.000 für die Opfer der Tsunami-Katastrophe in Südostasien gesammelt hat, die über die Einrichtung „Benefiz e.V. Hannover“ in den Wiederaufbau und die Wiederausrüstung von elf Schulen sowie die Entsendung von Ersatzlehrern geflossen sind, hat die Unternehmensleitung gemeinsam mit den Mitarbeitern im Januar 2010 für die Opfer des schweren Erdbebens im Karibikstaat Haiti in einer weiteren Spendenaktion über € 10.000 gesammelt.

Das Jahr 2010 stand ganz im Zeichen von RUHR.2010. Als alteingesessenes Essener Unternehmen war es für MEDION daher ein besonderes Anliegen, Essen als Kulturhauptstadt 2010 in besonderer Weise zu unterstützen. Aus diesem Grund waren wir auf dem wohl spektakulärsten Event von RUHR.2010, der Aktion Still-Leben Ruhrschnellweg, mit unserem Projekt „Wir können auch ohne Strom – MEDION unplugged“ vertreten.

Mit all diesen Aktivitäten und Projekten legen wir uns die Selbstverpflichtung auf, als Teil der Wirtschaft, der Gesellschaft und der Umwelt unseren Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung zum Wohl künftiger Generationen zu leisten.

Forschung und Entwicklung

MEDION arbeitet sehr eng mit den führenden Herstellern von Komponenten und Produkten aus den Bereichen Multimedia und Unterhaltungselektronik sowie Telekommunikation zusammen. Dadurch besteht seit Jahren 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 so genannter 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 wegen seiner Fähigkeit als schneller Technologieintegrator von neuen Anwendungen für den Massenmarkt geschätzt. 2010 wurde die Integration von digitalen Multimedia-Anwendungen und hochauflösenden Grafikanwendungen in Notebooks und Desktop-PCs von MEDION-Ingenieuren gemeinsam mit Partnern internationaler Konzerne weiterentwickelt und in serienreife Produktangebote umgesetzt. Bei mobilen Navigationsgeräten hat MEDION 2010 neue Software-Applikationen sowie Produkte mit integrierter SIM-Karte gemeinsam mit den Anbietern von Navigationssoftware und dem Telekommunikationspartner in den Markt eingeführt. Gemeinsam mit einem erfolgreichen Partner wurde ein eBook Reader entwickelt, zur Marktreife gebracht und ab Oktober 2010 in den Handel gebracht. Die Buchhandelsgruppe Thalia hat dazu auf der IFA ihren gemeinsam mit MEDION entwickelten eReader OYO vorgestellt. Der OYO verknüpft als einziger eReader im deutschsprachigen Markt die Vorteile des Online-Kanals mit der Kompetenz von rund 5.000 Buchhändlerinnen und Buchhändlern. Die 16 Graustufen und der hohe Kontrast des Electronic-Paper-Bildschirms des OYO erzeugen ein gestochen scharfes Bild.

Nicht zuletzt belegen die vielen guten Testergebnisse und zahlreichen Testsiege im In- und Ausland, dass MEDION-Produkte technologisch und bei der anwenderorientierten Bedienung führend sind.

5.7.1 Corporate Governance

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

Die von der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 18. Juni 2009 beschlossenen Änderungen des Kodex sind am 5. August 2009 durch das Bundesministerium der Justiz im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht worden und damit verbindlich. Bedeutsam sind u. a. die geänderten Empfehlungen hinsichtlich der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung. Aufgrund der im August 2008 neu gefassten Vorstandsverträge und der bestehenden Vergütungsregelung für den Aufsichtsrat wurden diese Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex bei MEDION nicht umgesetzt. Nach den Beratungen von Vorstand und Aufsichtsrat in ihrer gemeinsamen Sitzung am 10. Dezember 2009 sind diese Punkte in der geänderten Entsprechenserklärung angemerkt. Diese Entsprechenserklärung ist wirksam für die Zeit vom 10. Dezember 2009 bis zum 30. November 2010. Unverändert zu den Vorjahren gilt die Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können. Weiterhin hat die „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 26. Mai 2010 neue Empfehlungen beschlossen, durch die insbesondere der Anteil von Frauen in Gremien deutscher Unternehmen erhöht und die Professionalität des Aufsichtsrates insgesamt erweitert werden soll. Der in dieser Zusammensetzung in der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 gewählte Aufsichtsrat ist im besonderen Maße geeignet, bei der unternehmensspezifischen Situation von MEDION Aufsichts- und Kontrollfunktionen wahrzunehmen, da in der von schnellen Entwicklungen geprägten internationalen Welt der Consumer-Electronics-Produkte und der Ausrichtung von MEDION auf die internationalen Handelsketten gerade die Kenntnisse der Prozesse international agierender Handelsunternehmen sowie das damit verbundene Finanztransaktions-Know-how entscheidend sind.

MEDION erfüllt sämtliche Anregungen bis auf Kodex-Ziffer 2.2.1 Abs. 2 S. 2, nach der die Hauptversammlung über die Billigung des Systems der Vergütung der Vorstandsmitglieder beschließt. Aufgrund der besonderen Eigentümerstruktur bei MEDION wurde eine entsprechende Beschlussfassung bisher nicht vorgesehen. Darüber hinaus enthält die erfolgsorientierte Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder (Kodex-Ziffer 5.4.6 Abs. 2 S. 2) bisher keine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogenen Bestandteile, da bei dem Geschäftsmodell von MEDION die Ermittlung, Objektivierung und Quantifizierung langfristiger Erfolgsparameter schwierig ist.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG haben die geänderte Entsprechenserklärung am 1. Dezember 2010 gemäß § 161 AktG auf der Website der Gesellschaft öffentlich zugänglich gemacht.

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 Schlusserklärung 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.“

5.7.2 Vorstandsvergütungen

Die Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder besteht aus einer Reihe von Vergütungsbestandteilen. Im Einzelnen handelt es sich um das Fixum, die variable Vergütung sowie Nebenleistungen und Pensionszusagen.

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

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

Die feste Grundvergütung wird monatlich als Gehalt ausgezahlt. Die Nebenleistungen umfassen Sachbezüge, die im Wesentlichen aus der Zurverfügungstellung von Versicherungen sowie von Dienstwagen bestehen. Sie stehen allen Vorstandsmitgliedern prinzipiell in gleicher Weise zu; die Höhe variiert je nach der persönlichen Situation. Kredite oder Gehaltsvorschüsse wurden Vorstandsmitgliedern im Berichtsjahr nicht gewährt.

Die erfolgsabhängige Tantieme für Gerd Brachmann und Christian Eigen bemisst sich nach dem Zielerreichungsgrad des am Anfang des Geschäftsjahres schriftlich mit dem Aufsichtsrat vereinbarten Unternehmensziels, das sich am EBIT orientiert. Der Vertrag sieht für bestimmte außerordentliche Belastungen/Erträge Korrekturen des EBIT vor.

Darüber hinaus besteht zusätzlich ein Anspruch auf eine aktienbasierte Vergütung nach folgender Maßgabe: Die Anzahl der zuzuteilenden Aktien der MEDION AG wird für die einzelnen Vorstandsmitglieder individuell für die Laufzeit der Verträge definiert und ist ebenfalls abhängig vom Zielerreichungsgrad der im Vorhinein schriftlich vereinbarten

persönlichen Ziele. Der Anspruch auf Zuteilung der Aktien wird jährlich einen Monat nach Feststellung des Jahresabschlusses für das abgelaufene Geschäftsjahr fällig. Die Anzahl der Aktien ist auf Basis des Schlusskurses am Tage der Bilanzpressekonferenz zu ermitteln. Es sind zweijährige Sperrfristen sowie weitere Bedingungen für die Zuteilung, den Verkauf bzw. die Übertragung der Aktien bestimmt.

Insgesamt betrug die Vergütung der Mitglieder des Vorstandes für die Tätigkeit im Geschäftsjahr 2010 ohne die Zuführung zur Pensionsrückstellung T€ 2.408. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 2.617.

Einzelheiten der Vergütungen für das Jahr 2010 ergeben sich in individualisierter Form unter Angabe der Vorjahreszahlen aus der nachfolgenden Tabelle:

2010 Werte in T€	Gerd Brachmann	Christian Eigen	Dr. Knut Wolf	Gesamt
Fixum	570	475	0	1.045
Nebenleistungen				
Dienstwagen	31	21	0	52
Versicherungen	0	2	0	2
	31	23	0	54
Erfolgsabhängige Vergütung				
Tantieme	432	361	0	793
Aktienbasierte Vergütung*	252	264	0	516
	684	625	0	1.309
Gesamtsumme	1.285	1.123	0	2.408
Zuführung Pensionsrückstellung	232	106	0	338
2009 Werte in T€				
Fixum	527	439	150	1.116
Nebenleistungen				
Dienstwagen	31	21	14	66
Versicherungen	1	2	2	5
	32	23	16	71
Erfolgsabhängige Vergütung				
Tantieme	396	330	250	976
Aktienbasierte Vergütung*	234	220	0	454
	630	550	250	1.430
Gesamtsumme	1.189	1.012	416	2.617
Zuführung Pensionsrückstellung	367	223	0	590

* Diesen Anspruch erfüllt die MEDION AG aus dem Bestand eigener Aktien, die in den vorangegangenen drei Aktienrückkaufprogrammen erworben worden sind. Die Aktien werden für einen Zeitraum von zwei Jahren ab Zuteilung gesperrt und dürfen vor Ablauf der zweijährigen Sperrfrist nicht verkauft oder sonst übertragen werden.

In der obigen Tabelle sind ferner Einzelheiten zu den Zuführungen zur Pensionsrückstellung der Vorstandsmitglieder aufgeführt. Die Gesellschaft verpflichtet sich zur Zahlung von Ruhegeld nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen. Das jeweilige Vorstandsmitglied hat aufgrund einer unverfallbaren Anwartschaft Anspruch auf eine lebenslange Pension, wenn es nach Vollendung des 60. Lebensjahres oder infolge dauernder Dienstunfähigkeit und wegen Beendigung des Anstellungsverhältnisses bei der Gesellschaft ausscheidet.

Das monatliche Ruhegeld beträgt 30 % des im Durchschnitt der letzten drei Jahre des Anstellungsvertrages vor Beginn des Ruhestandes bezogenen festen Monatsgehaltes und erhöht sich für jedes vollendete Dienstjahr, gerechnet ab dem 17. September 1998, als Vorstandsmitglied der Gesellschaft um 20/27 % dieses Monatsgehaltes bis zu einer für die Vorstandsmitglieder individuell festgelegten maximalen Höhe.

Im Berichtsjahr wurden die Pensionsrückstellungen für die Vorstandsmitglieder um insgesamt T€ 338 erhöht. Dieser Betrag setzt sich aus den so genannten Dienstzeitaufwendungen (Service Cost) und den Zinsaufwendungen (Interest Cost) zusammen. Die Rückstellung zum 31. Dezember 2010 in Höhe von T€ 2.488 entfällt mit T€ 1.691 auf Herrn Gerd Brachmann und mit T€ 797 auf Herrn Christian Eigen.

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.

5.7.3 Aufsichtsratsvergütungen

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

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 € 50,0 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 beträgt die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrates im Geschäftsjahr 2010 T€ 196. Der vergleichbare Vorjahresbetrag liegt bei T€ 208. In individualisierter Form setzt sich die Vergütung für 2010 wie folgt zusammen:

2010 Werte in €	Dr. Stützle Vorsitzender	Dr. Vater Stellv. Vorsitzender	Hr. Julius Mitglied	Gesamt
Vergütung, variabel	13.573,08	13.573,08	13.573,08	40.719,24
Vergütung, fix	30.000,00	30.000,00	30.000,00	90.000,00
Summe	43.573,08	43.573,08	43.573,08	130.719,24
Faktor	x2	x1,5	x1	
Gesamtsumme	87.146,16	65.359,62	43.573,08	196.078,86

2009 Werte in €				
Vergütung, variabel	16.231,84	16.231,84	16.231,84	48.695,52
Vergütung, fix	30.000,00	30.000,00	30.000,00	90.000,00
Summe	46.231,84	46.231,84	46.231,84	138.695,52
Faktor	x2	x1,5	x1	
Gesamtsumme	92.463,68	69.347,76	46.231,84	208.043,28

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.

5.8.1 Risikomanagement

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.

5.8.2 Risikomanagementsysteme

Kernelement des MEDION-Risikomanagementsystems ist ein integratives Management-Informationssystem, welches als dynamisches Informations- und Steuerungsinstrument dient. In diesem verankert ist ein umfassendes Frühwarnsystem für alle Unternehmensbereiche. Durch Verzahnung verschiedener Managementberichte werden operative Kennzahlen, die zur täglichen Kurzfriststeuerung dienen, direkt unter dem Aspekt eines Planerreichungsgrades im Sinne der konzernweiten operativen und finanzwirtschaftlichen Ziele betrachtet. Hiermit zusammenhängend dient eine Balanced Scorecard als Instrument des Risikomanagementsystems, um die Umsetzung definierter Maßnahmen zur Steuerung risikorelevanter Positionen zu messen.

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

Das rechnungslegungsbezogene 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 Vieraugenprinzip. Konkrete Regelungen werden in Organisationsanweisungen dokumentiert.

Die Interne 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. Bei der Feststellung des Prüfungsplans werden die zum Zeitpunkt der Erstellung vorliegenden Risikoeinschätzungen berücksichtigt. Unterjährig erfolgen Plananpassungen, soweit dies aufgrund der Aktualität der Themen notwendig ist. Ausgewählte Themen, die eine höhere aufgabenspezifischen Fachkompetenz benötigen, werden an externe Dienstleister übertragen. Die Berichterstattung erfolgt unmittelbar an den Vorstand, der dem Aufsichtsrat berichtet.

5.8.3 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 im Vertrieb über Consumer-Electronics-Fachmärkte. Daneben wird über die Website 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.

Sofern jedoch rezessive Tendenzen auf die Wirtschaft mit sinkenden Aufträgen durchschlagen, kann sich auch die Konsumneigung der Verbraucher verschlechtern und im Extremfall zu kurzfristigen Veränderungen im Bestellverhalten der Kunden führen, mit durchaus hohen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung von MEDION.

Die MEDION-Kunden gehören zu den namhaften Adressen des internationalen Retail-Marktes. Durch den Projektcharakter des Geschäftes werden mit einzelnen Kunden in kurzen Zeiträumen hohe Umsatzvolumina realisiert. Im Rahmen dieses seit langen Jahren erfolgreichen Geschäftsmodells ist die Vertriebstätigkeit auf die wenigen sehr leistungsfähigen Partner im Retail-Markt ausgerichtet. MEDION unterhält daher Geschäftsbeziehungen zu wichtigen Kunden, die für die Geschäftsentwicklung von MEDION wesentlich sind und die bei Wegfall einzelner solcher Kundenbeziehungen zu signifikanten Umsatzveränderungen und entsprechenden nachteiligen Auswirkungen für die weitere Geschäftsentwicklung von MEDION führen können. Andererseits können sich durch den Hinzugewinn einzelner Kunden oder Projekte auch große Umsatzveränderungen zum Positiven ergeben. Dabei ist MEDION aufgrund seiner führenden Wettbewerbsposition und des guten Verhältnisses von Qualität, Attraktivität und Preis der Produkte national wie international ein attraktiver Partner für seine Kunden 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 den 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 dieses Risiko 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 Retourenware 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 Verfahren 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 eine Folgevermarktung geschaffen. Durch dieses Bündel von Maßnahmen konnte die Risikoposition verbessert werden.

Forderungen gegenüber Kunden

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

5.8.4 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 vom 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 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-Produktmanagement arbeiten durchweg erfahrene Mitarbeiter, die über langjährige Markt- und Branchenkenntnisse verfügen. Sie haben unmittelbaren Kontakt zu den im Markt generierten Neuheiten und Trends und beurteilen diese Entwicklungen in Kreativteams systematisch auf ihre Tauglichkeit für die Vermarktung im Massenmarkt.

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

Beschaffung

MEDION greift bei wesentlichen Teilen der Wertschöpfungskette auf externe Partner zurück. Dies gilt insbesondere für die Herstellung von Produkten und Komponenten, für die Abwicklung logistischer Prozesse und zunehmend auch für Prozesse im After-Sales-Service. Insofern ist MEDION sowohl qualitativ als auch preislich auf eine Vielzahl von Partnern angewiesen. Insbesondere die Beschaffungsmärkte für PC-Komponenten und Logistikdienstleistungen sind hinsichtlich Verfügbarkeiten und Preisen teilweise volatil. Strukturell ist der Markt dabei von einer hohen Preisvolatilität 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 für MEDION bestehen im Fall des Konkurses von Lieferanten, was die Nichtrealisierung des Kundenprojektes zur Folge hätte bzw. bei einem nachgelagerten Konkurs den Ausfall des After-Sales-Service. MEDION begegnet diesem Risiko durch Konzentration auf große, international bekannte Hersteller.

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 Imageschädigung 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 wird 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 es 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-Fachleuten 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 Logistikpartnern. 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 Logistikprozesse und die Einhaltung der vertraglich festgelegten Standards werden über das Risikomanagementsystem laufend überwacht.

5.8.5 Recht

Die Urheberrechtsreform zum 1. Januar 2008 hat, wie mehr und mehr erkennbar, dazu geführt, dass Einigungen zwischen der Industrie und den Verwertungsgesellschaften über die Geräteabgabe (Urheberrechtsabgabe) dem Grunde als auch der Höhe nach schwieriger möglich sind. Kommt eine Einigung nicht zustande, so werden in der Regel das Schiedsstellenverfahren betrieben und nachfolgend die ordentlichen Gerichte bemüht. Oftmals enden diese Verfahren vor dem Bundesgerichtshof, so dass von dem Zeitpunkt der Geltendmachung der Urheberrechtsabgabe für ein bestimmtes Gerät bis zur Feststellung, ob diese Forderung gerechtfertigt ist oder nicht, Jahre vergehen können.

Dies führt dazu, dass für möglicherweise urheberrechtsabgabepflichtige Geräte Verpflichtungen bestehen. Für diese Risiken sind im Jahresabschluss angemessene Rückstellungen passiviert.

Es bleibt weiterhin festzustellen, dass von verschiedenen Seiten verstärkt Ansprüche wegen angeblicher Verletzung von gewerblichen Schutzrechten, insbesondere von Patenten, geltend gemacht werden. Dies erfolgt teilweise durch die Schutzrechtsinhaber selbst, teilweise werden die Ansprüche auch kommerziell über Dritte, insbesondere so genannte Patentverwertungsgesellschaften, außergerichtlich geltend gemacht. Dabei werden verstärkt die Verletzungsansprüche gegen den Inhaber der jeweiligen Marke, die auf den Geräten abgebildet ist, geltend gemacht und konsequenterweise wird auch nur eine Lizenzierung durch den Markeninhaber akzeptiert.

Generell gilt, dass behauptete Schutzrechtsverletzungen und Ansprüche oftmals als nicht gerechtfertigt beurteilt werden können.

Für bestehende Risiken wurden im Jahresabschluss, soweit kalkulierbar, angemessene Rückstellungen, auch für Schutzrechtsverletzungen, passiviert.

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.

Sollte sich im Rahmen der Rechtsstreitigkeiten und Vergleichsverhandlungen herausstellen, dass die möglicherweise nachträglich zu zahlenden Urheberrechtsabgaben und Lizenzgebühren von den zurückgestellten Beträgen abweichen, so würden sich daraus entsprechende Auswirkungen auf das Konzernergebnis 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 könnten.

5.8.6 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 die Unternehmensentwicklung 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 Eigenkapital- und Liquiditätsausstattung beschränkt sich der mögliche Finanzkreditbedarf von MEDION 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 so genannten Syndicated Loan ausreichende, flexible und kostengünstige Finanzierungsinstrumente zur Verfügung. Eine Abhängigkeit von einzelnen Kreditinstituten besteht dabei nicht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr brauchte MEDION aufgrund effizienter Managementsysteme die Asset-Backed-Security-Programme nur in geringem Umfang und Fremdfinanzierungslinien nicht in Anspruch zu nehmen.

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.

5.8.7 Personal

Der Wettbewerb um hochqualifizierte Führungskräfte und technisches Personal ist in der Consumer-Electronics-Branche nach wie vor sehr groß. 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.

5.8.8 Gesamtrisikosituation

Auch in 2010 konnte MEDION durch Fortsetzung eingeleiteter Maßnahmen zur Steigerung der Kosteneffizienz und Optimierung des Produktportfolios sowie durch konsequente Umsetzung der Geschäftsfeldstrategien und Internationalisierung wesentliche Ertrags- und Kostenpositionen weiter verbessern. So konnte trotz des der Finanzkrise folgenden erhöhten Drucks auf die Rohertragsmarge in allen für MEDION relevanten Bereichen die Stabilität der Rohertragsmarge im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder erhöht und auf Vorjahresniveau (11,2 %) gehalten werden.

Durch weitere Maßnahmen im Bereich des Kunden- und Lieferantenmanagements sowie der Steuerung von Produktions- und Logistikprozessen konnte auch die bereits in Vorjahren gesunde Struktur des Working Capital, insbesondere im Vorratsvermögen, weiter optimiert und die Eigenkapitalbasis weiter gestärkt werden. Als Ergebnis zeigt sich hier eine nochmals verbesserte Eigenkapitalquote von 54,5 % (Vorjahr: 51,3 %).

Zwar ist seit dem positiven Trend in 2010 eine positive Grundstimmung im relevanten Verbraucherumfeld sichtbar, die Fortsetzung der im Zuge der weltweiten Finanzkrise eingeleiteten Restrukturierung von Kapazitäten bei Produzenten und Logistikdienstleistern, insbesondere im Kernbeschaffungsmarkt Asien, kann jedoch zu einer verminderten Flexibilität bei der Auftragssteuerung führen und den Wettbewerb somit weiter unter Druck halten.

Obwohl MEDION aus dem Jahr 2010 bezüglich finanzwirtschaftlicher Risikopositionen insgesamt weiter gestärkt hervorgeht, werden daher die Maßnahmen zur Optimierung von Kunden- und Produktportfolio, Geschäftsfeldstrategie und Kosteneffizienz unvermindert fortgeführt und durch ein stringentes Risikocontrolling begleitet. Denn der Trend zu weiteren Konsolidierungen im Beschaffungsmarkt, kürzeren Reaktionszeiten im Handel sowie der Verkürzung von Produktzyklen und der Kapitalbedarf zur rechtzeitigen und effizienten Adaption von Trends und Umsetzung von Innovationen werden weiter zunehmen.

5.9 Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres 2010

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentliche Auswirkungen haben, sind nicht eingetreten.

5.10 Prognosebericht

5.10.1 Konjunktureller Rahmen

Die deutsche Wirtschaft hat 2010 eine unerwartet starke Dynamik entfaltet und mit 3,6 % den größten Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes seit der Wiedervereinigung erzielt. Der kräftige Aufschwung nach dem schockartigen konjunkturellen Einbruch im Winterhalbjahr 2008/2009 war insbesondere der weltwirtschaftlichen Erholung zu verdanken. Die deutschen Unternehmen konnten aufgrund ihrer hohen Wettbewerbsfähigkeit an frühere Exporterfolge anknüpfen. Der außenwirtschaftliche Impuls ist inzwischen auf die Binnennachfrage übergegangen. Sie entwickelt sich zunehmend zur treibenden Kraft der Wirtschaftsentwicklung. Die Bundesregierung erwartet in ihrer Jahresprojektion 2011 eine Fortsetzung des Aufschwungs mit einer Zuwachsrate des preisbereinigten Bruttoinlandsproduktes von 2,3 %. Die deutsche Wirtschaft wächst damit spürbar stärker als der Durchschnitt der Eurozone.

AUSGEWÄHLTE ECKWERTE DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	2009	2010	2011 Jahresprojektion
Bruttoinlandsprodukt (BIP) (preisbereinigt)	-4,7	3,6	2,3
Erwerbstätige (im Inland)	0,0	0,5	0,8
Arbeitslosenquote in % (Abgrenzung der BA)	8,2	7,7	7,0
Verwendung des BIP (preisbereinigt)			
Private Haushalte und private Organisationen ohne Erwerbszweck	-0,2	0,5	1,6
Ausrüstungen	-22,6	9,4	8,0
Bauten	-1,5	2,8	1,7
Inlandsnachfrage	-1,9	2,6	2,0
Exporte	-14,3	14,2	6,5
Importe	-9,4	13,0	6,4
Außenbeitrag (BIP-Wachstumsbeitrag)	-2,9	1,1	0,4
Bruttolöhne und -gehälter je Arbeitnehmer (nominal)	-0,2	2,2	2,1

5.10.2 Marktentwicklung im Bereich der Consumer Electronics

Gesamtmarkt

Die Marktforscher von GfK, gfu und ZVEI sehen den Gesamtmarkt Consumer Electronics in Deutschland für 2011 weiterhin optimistisch. Die Prognose für 2011 liegt bei einem leicht steigenden Umsatz in der Größenordnung von über € 25 Mrd. Dabei geht die Marktprognose im Auftrag des Branchenverbandes BITKOM davon aus, dass sich der deutsche Markt für Consumer-Electronics-Produkte im laufenden Jahr besser entwickeln wird als der EU-Durchschnitt. Deutschland bleibt 2011 mit weitem Abstand der größte europäische Markt für digitale Unterhaltungselektronik. € 12,5 Mrd. werden in Deutschland voraussichtlich mit Flachbildfernsehern, Digitalkameras und Spielkonsolen umgesetzt werden. Der EU-Markt könnte nach Einschätzung des BITKOM aufgrund des Fehlens sportlicher Großereignisse insgesamt um rd. 7 % auf etwas mehr als € 56 Mrd. zurückgehen. Insbesondere in Frankreich, Spanien und Italien sollen dabei die Umsätze spürbar sinken.

Geprägt ist diese Prognose von einem weiteren Rückgang der Durchschnittspreise.

Produktinnovationen

Der Markt für Consumer-Electronics-Produkte ist weiterhin geprägt von der Digitalisierung der Inhalte und Übertragungswege sowie der Konvergenz. Konvergenz bedeutet dabei das Verschmelzen der bislang unterschiedlichen Märkte Unterhaltungselektronik, Medien, Informationstechnologie und Telekommunikation. Basis hierfür ist die digitale Technik, die zum einen die Vernetzung unterschiedlicher Produktgruppen ermöglicht und zum anderen die Nutzung digitaler Komponenten in unterschiedlichen Produktbereichen (z. B. Kamerafunktionen in Mobiltelefonen, mobile Navigationsgeräte mit MP3-Abspielfunktion, Notebooks als HD-Fernseher, Smartphones zum Telefonieren und Surfen im Internet) erlaubt. Neue, insbesondere auch drahtlose Vernetzungslösungen eröffnen zusätzliche Möglichkeiten, hochauflösende Inhalte zu nutzen. Die Verschmelzung von Internet und Fernsehen sowie die Heimvernetzung stehen auch in 2011 im Mittelpunkt des Interesses der Konsumenten.

Impulse werden weiterhin im Bereich der flachen Fernsehgeräte und der hochauflösenden Technik (HDTV) erwartet. Bei der technischen Entwicklung in hochauflösenden DVD-Formaten ist die Blu-ray-Technik 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, von Kameras über portable Videoplayer und Navigation bis hin zu Smartphones und Notebooks/Netbooks, weiter Zuwächse erwartet. Dabei wird sich der Trend zu technologisch anspruchsvollen und qualitativ hochwertigen Produkten mit direktem Zugang zum Internet weiter fortsetzen.

Die durch die digitale Technik eröffneten neuen Produktwelten werden mit immer kürzeren Produktlebenszyklen auf den Markt gebracht, da der technische Fortschritt leistungsfähigere Produkte und Systeme in immer kürzeren Intervallen hervorbringt. 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. Besonders starke Veränderungsimpulse werden neben HDTV und Heimvernetzung auch von der Personalisierung von Content-Services, vom Trend zu mobilen Endgeräten, von umweltfreundlicher Technologie sowie von der Reduktion der Bedienkomplexität erwartet.

Notebook und Desktop-PC

Nach BITKOM-Berechnung gehen 60 % aller verkauften PCs an Privatverbraucher und 40 % an gewerbliche Nutzer in Unternehmen oder Behörden. Danach wurden im Gesamtmarkt im Jahr 2010 rd. 13,7 Mio. PCs verkauft, was einem Zuwachs von 13 % entspricht. Allerdings ging der Verkauf der kleineren Netbooks um 12 % auf 1,7 Mio. Stück zurück, denn die handlichen Netbooks stehen im direkten Wettbewerb mit den neuen Tablet-PCs, die über den Bildschirm gesteuert werden. Auch für das Jahr 2011 ist der BITKOM optimistisch. Nach der im Januar 2011 veröffentlichten Prognose wird der PC-Absatz im neuen Jahr erneut um 12,3 % auf 15,4 Mio. Stück zulegen. Weiter geht der Industrieverband BITKOM in seiner Prognose davon aus, dass im Jahr 2011 fast 10 Mio. mobile Computer (Notebooks, Netbooks, Tablet-PCs im Business- und Endkundenbereich) in Deutschland verkauft werden. Dies wäre eine Absatzsteigerung von etwa 11 %.

Es ist erkennbar, dass es in den nächsten Jahren immer mehr klassische Produkte der Unterhaltungselektronik geben wird, die Zugang zum Internet haben. Dies stellt neue Anforderungen an die Hersteller von Unterhaltungselektronik, leistungsstarke Prozessoren in ihre Geräte 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-Grafikelementen und vernetzten Online-Spielen, aber auch, um parallele Anwendungen in der Audio- und Videoverarbeitung ermöglichen zu können.

Neben Notebooks, Netbooks und Smartphones etablieren sich Geräte, die sich besonders für das Lesen von Texten eignen (eBook Reader), sowie die Tablet-PCs mit berührungsempfindlichen Bildschirmen für die Steuerung der Software und das Navigieren im Netz. Die Geräte verfügen in der Regel über eine Internetanbindung per WLAN oder UMTS. Der Markt für PCs und Notebooks ist aufgrund der hohen Ausstattungsdichte der Haushalte von technologischen Innovationen und dem Ersatzbedarf bestimmt.

Wachstumsfelder der Consumer Electronics sind in dem für MEDION relevanten Marktumfeld:

- mobile Netbooks und Sub-Notebooks sowie Tablet-PCs mit einem Gewicht von unter 1 kg und Zugangsmöglichkeiten zum Internet über integrierte Online-Module
- HDTV-Geräte mit einer Auflösung von 1080x1920 Bildpunkten (Full HD)
- mobile Multimedia-Produkte wie Notebooks mit hohen Speicherkapazitäten und hochauflösenden Grafikkarten sowie neuester Prozesstechnologie
- Smartphones mit Zugang zum mobilen Internet

Mobilfunk

Der steigende Absatz von Smartphones und tragbaren Computern sorgt für einen Boom der mobilen Internetnutzung. Davon geht der BITKOM auf Basis von aktuellen Zahlen des European Information Technology Observatory (EITO) aus. Danach steigt der Umsatz in Deutschland mit mobilen Datendiensten im Jahr 2011 voraussichtlich um 12 % auf € 7 Mrd. Nach der BITKOM-Prognose steigt der Smartphone-Absatz im Jahr 2011 in Deutschland um 36 % auf 10,1 Mio. Stück. Der Umsatz mit den Geräten legt um 24 % auf € 2,1 Mrd. zu.

Im Mobilfunk fließen in den kommenden Jahren allein zwischen € 8 und 10 Mrd. in den Ausbau der neuen Übertragungstechnik LTE. Die Nachfolgetechnologie von UMTS erreicht Geschwindigkeiten von bis zu 100 Megabit pro Sekunde. Bis zum Jahresende 2010 wurden bereits 1.500 Mobilfunkstandorte umgerüstet, die 200.000 Haushalte mit der neuen Technik versorgen können. Bis zum Abschluss des ersten Quartals 2011 werden weitere 1.500 LTE-Standorte hinzukommen.

Inhaltlich stehen dabei für Mobilfunkkunden das Bedürfnis nach sozialer Vernetzung und der Wunsch nach End-to-End-Crossmedia-Angeboten sowie die ständige Verfügbarkeit des Internets zu Flatrate-Tarifen im Vordergrund. Derzeit existieren weltweit rund 520.000 mobile Applikationen (Apps) für die unterschiedlichen Smartphone-Betriebssysteme. Die Anwendungen reichen von Spielen über Nachrichten- und Auskunftsdienste bis hin zu Navigationshilfen und eBook Readern.

Daneben sind Mobilfunkangebote längst nicht mehr an den eigenen Betrieb eines Netzes gekoppelt, sondern stammen zunehmend von virtuellen Mobilfunkbetreibern (MVNO). Wachstum bei den UMTS-Teilnehmerzahlen generieren auch die neuen Generationen der Smartphones und Netbooks. Diese Netbooks werden häufig mit integriertem Mobilfunkzugang oder USB-Stick für das drahtlose Internet angeboten. Mit den neuen Geräten und attraktiven Preisen nutzen vor allem auch Privatpersonen verstärkt mobile Datendienste.

5.10.3 Unternehmensentwicklung und Geschäftsmodell

Bei der Vermarktung von Consumer-Electronics-Produkten werden sich die Diversifizierungen der Vertriebswege in den klassischen CE-Fachhandel, SB- und Discountermärkte sowie den E-Commerce über das Internet auch weiterhin fortsetzen.

MEDION als eines der ganz wenigen Unternehmen mit einem umfassenden Angebot von Produkten der klassischen Unterhaltungselektronik und der Informationstechnologie kann damit die Herausforderungen des digitalen und vernetzten Weltmarktes mit anwenderfreundlichen Produktangeboten im Projektgeschäft umsetzen. Das MEDION-Geschäftsmodell bleibt darauf ausgerichtet, hochwertige, innovative Trendprodukte mit attraktivem, ausgezeichnetem Design zu günstigen Preisen im Bereich der Consumer Electronics für breite Käuferschichten verfügbar zu machen. Ergänzend zu dem klassischen europäischen Aktionsgeschäft mit Consumer-Electronics-Produkten entwickelt und vermarktet MEDION zunehmend komplementäre Dienstleistungen, insbesondere in den Bereichen Telekommunikation/MEDIONmobile, Downloads und Online-Dienste.

5.10.4 Ausblick

Wirtschaftliche Entwicklung von MEDION im Jahr 2011

MEDION hat durch ein straffes Kostenmanagement und die konsequente Ausrichtung auf Produkte mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die erfolgreiche Weiterentwicklung seines Direktgeschäftes im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 seine Profitabilität zusammen mit einem deutlichen Umsatzanstieg erhöht und die Bilanzstrukturen bei einer Eigenkapitalquote von über 50 % nochmals verbessert.

Der Umsatzanteil des Projektgeschäftes hat sich erwartungsgemäß auch in 2010 weiter vermindert und lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 70,8 % des Gesamtumsatzes, nach 72,8 % im Vorjahr. Die Tatsache, dass das Projektgeschäft trotz dieser Verminderung seines Geschäftsanteiles um € 135 Mio. (+13 %) gewachsen ist, unterstreicht sowohl die Fähigkeit und hohe Flexibilität von MEDION, Trends rechtzeitig zu adaptieren, als auch den Erfolg der MEDION-Strategie zum Ausbau des Direktgeschäftes mit Endkunden im Bereich Dienstleistungen und Online-Services.

Der Geschäftsfeldstrategie folgend wird in 2011 das Direktgeschäft weiter überproportional wachsen und seinen Geschäftsanteil auf über 30 % erhöhen.

MEDION wird diesen erfolgreichen Weg in 2011 konsequent weiterverfolgen und dabei auch seine Profitabilität weiter steigern.

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 Großbritannien über eine gute Präsenz und in Verbindung mit den Handels- und Kooperationspartnern über gut aufgestellte und professionell arbeitende Vertriebs- und Serviceeinheiten. Dies sind die Voraussetzungen, das Geschäft im Inland wie auch im Ausland weiterzuentwickeln und auszubauen. Mittelfristig verfolgt MEDION dabei das Ziel, in den bereits erschlossenen europäischen Märkten weiter zu wachsen.

Die zukünftige Entwicklung von MEDION als einem führenden Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Consumer Electronics für den Massenmarkt hängt neben den effizienten und konsequent auf die Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher ausgerichteten Strukturen und 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. Zu berücksichtigen sind auch die Erwartungen der Handelspartner hinsichtlich der Absatzchancen von Consumer-Electronics-Produkten mit dem daraus resultierenden Bestellverhalten.

Umsatz

Die Ausweitung der Dienstleistungspalette im Direktgeschäft und der erfolgreiche Start in das Jahr 2011 im Projektgeschäft haben zu einem guten Orderverhalten der wesentlichen MEDION-Kunden für das erste und zweite Quartal 2011 geführt. Zu berücksichtigen ist jedoch der Trend weiterhin rückläufiger Durchschnittspreise und die höhere Anzahl kompakter, aber auch preisgünstigerer Notebook-Angebote. Auch haben sich Projekte mit neuen, leistungsstarken Prozessoren aufgrund von Lieferschwierigkeiten eines Herstellers vom Frühjahr 2011 in den Sommer verschoben.

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand der MEDION AG davon aus, dass im ersten Halbjahr 2011 ein leichter Umsatzrückgang in der Größenordnung von 5 % wahrscheinlich ist. Die Entwicklung im zweiten Halbjahr 2011 ist noch nicht mit hinreichender Wahrscheinlichkeit prognostizierbar, so dass bei einer anhaltenden wirtschaftlichen Erholung im Euroraum und insbesondere in Deutschland insgesamt für das Geschäftsjahr 2011 bei einer angenommenen stabilen Konsumnachfrage ein gegenüber dem Vorjahr unveränderter Umsatz in der Größenordnung von € 1,64 Mrd. bei MEDION angenommen werden kann.

Rohhertrag

Die Rohhertragsmargen werden aufgrund der unverändert hohen Wettbewerbsintensität weiterhin unter Druck stehen. Jedoch fallen in 2011 besondere Belastungsfaktoren wie ein kurzfristig stark angestiegener US-Dollar im ersten Halbjahr 2010 oder sich deutlich erhöhende Komponentenpreise weg. Der MEDION-Vorstand geht daher davon aus, dass die gute Marktposition von MEDION gehalten werden kann und aufgrund einer weiter verbesserten Umsatzstruktur eine Rohhertragsmarge auf einem Niveau von 10,5–11,5 % möglich ist.

Liquidität

MEDION wird auch in 2011 voraussichtlich keine – oder nur für sehr kurze Zeit sehr geringe – Fremdmittel zur Finanzierung großvolumiger Projekte benötigen.

Ergebnis

Der MEDION-Konzern wird in 2011 das Ergebnis im Vergleich zu 2010 steigern können. Aufgrund der soliden Vermögens- und Finanzlage, bei einer Eigenkapitalquote von über 50 %, kann das Geschäftsmodell erfolgreich weiterentwickelt werden; dabei sollen insbesondere das Portfolio mit designorientierten, technologisch innovativen Produkten sowie das Direktgeschäft mit neuen Angeboten auch im Ausland ausgebaut werden.

Daher rechnet der Vorstand beim Ergebnis (EBIT) aufgrund der effizienten Kostenstrukturen mit einer im Vergleich zum Umsatz überproportionalen Steigerung in der Größenordnung von 15–20 %.

Bei dieser Prognose geht der Vorstand davon aus, dass branchentypisch für MEDION jeweils das vierte Quartal des Geschäftsjahres das umsatzstärkste ist und bis zum Vorliegen fester Kundenaufträge für das vierte Quartal die Umsatz- und Ergebnisprognose noch mit Unsicherheiten behaftet bleibt.

Die weitere Prognose für 2012 ist aufgrund des sich schnell verändernden Consumer-Electronics-Marktumfelds und der Struktur des MEDION-Geschäftsmodells nur schwer konkretisierbar. Sollte die gute konjunkturelle Situation anhalten und das verfügbare Einkommen der Verbraucher steigen, rechnet der Vorstand mit einer Steigerung der Umsätze und des Ergebnisses.

1. Das € 48.418.400,00 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 54,93 % mehrheitlich beteiligt. Darüber hinaus besteht eine 14,95 %-Beteiligung des englischen Fonds Orbis und der dänischen Fondsgesellschaft Sparinvest in Höhe von 3,92 %.
4. Sonderrechte, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind Aktionären nicht eingeräumt.
5. Es gibt keine vom Gesetz abweichenden Regelungen zur Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital der Gesellschaft beteiligt sind.
6. Die Satzung der MEDION AG legt in § 6 Ziff. 1 und 2 fest, dass der Vorstand der Gesellschaft aus mindestens zwei Personen zu bestehen hat und die Bestellung der ordentlichen Vorstandsmitglieder sowie eventueller stellvertretender Vorstandsmitglieder, der Abschluss der Anstellungsverträge sowie der Widerruf der Bestellung und die Ernennung eines Vorstandsvorsitzenden durch den Aufsichtsrat erfolgen. Darüber hinaus enthält die Satzung keine Regelungen zur Bestellung und zum Widerruf der Bestellung von Mitgliedern des Vorstandes sowie zum Abschluss und zur Beendigung von Anstellungsverträgen, so dass die Vorschriften der §§ 84, 85 AktG maßgeblich sind. Einschlägig für Satzungsänderungen der MEDION AG sind die Bestimmungen des § 10 Ziff. 7 und des § 15 Ziff. 4 und 5 der Satzung in Verbindung mit den §§ 179 ff. AktG.
7. Der Vorstand der MEDION AG ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 10. Mai 2011 um bis zu € 24,0 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. 7 der Satzung. Des Weiteren war die Gesellschaft durch Beschlüsse der Hauptversammlungen vom 14. Mai 2008 und 15. Mai 2009 ermächtigt, eigene Aktien der Gesellschaft bis zu einem Volumen von € 4.841.840,00 des Grundkapitals zu erwerben. Die Einzelheiten zu den Voraussetzungen des Erwerbs und zur Verwendung erworbener eigener Aktien sind in den jeweiligen Hauptversammlungsbeschlüssen festgelegt. Am 31. Dezember 2010 hat die Gesellschaft 3.805.958 Stück eigene Aktien im Bestand. Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 26. Mai 2010 wurde der Vorstand bis zum 25. Mai 2015 ermächtigt, weitere eigene Aktien der Gesellschaft bis zu insgesamt 10 % des Grundkapitals zu erwerben. Von dieser Ermächtigung wurde im Geschäftsjahr 2010 kein Gebrauch gemacht.
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.

Die Unternehmensführung von MEDION – als börsennotierte deutsche Aktiengesellschaft – wird in erster Linie durch das Aktiengesetz und daneben durch die Vorgaben des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner jeweils aktuellen Fassung bestimmt. Corporate Governance 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.

Entsprechend den gesetzlichen Vorschriften unterliegt MEDION dem so genannten dualen Führungssystem. Dieses ist durch eine strikte personelle Trennung zwischen dem Vorstand als Leitungsorgan und dem Aufsichtsrat als Überwachungsorgan gekennzeichnet. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten dabei im Unternehmensinteresse eng zusammen.

Der Vorstand leitet das Unternehmen mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung in eigener Verantwortung. Dabei gilt der Grundsatz der Gesamtverantwortung, d. h., die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung. Sie entwickeln die Unternehmensstrategie und sorgen in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat für deren Umsetzung. Die Grundsätze der Zusammenarbeit des Vorstands von MEDION sind in der Geschäftsordnung des Vorstands zusammengefasst. Diese regelt insbesondere die Ressortzuständigkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder, die der Zustimmung des Aufsichtsrats vorbehaltenen Angelegenheiten, die Beschlussfassung sowie die Rechte und Pflichten des Vorsitzenden des Vorstands. Der Vorstand von MEDION besteht aus zwei Mitgliedern.

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

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

Die Grundsätze der Zusammenarbeit des Aufsichtsrats von MEDION sind in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats geregelt.

Schließlich enthalten die Satzung der MEDION AG sowie die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats einen Katalog von Geschäften, für die der Vorstand der Zustimmung des Aufsichtsrats bedarf. Berater- und sonstige Dienstleistungs- und Werkverträge zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtszeitraum nicht. Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf. Kein Mitglied des Aufsichtsrates von MEDION ist ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft.

Die von der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ am 18. Juni 2009 und 26. Mai 2010 beschlossenen Änderungen des Kodex sind durch das Bundesministerium der Justiz im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht worden und damit verbindlich. Vorstand und Aufsichtsrat von MEDION haben die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zur Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung aufgrund der im August 2008 neu gefassten Vorstandsverträge und der bestehenden Vergütungsregelung für den Aufsichtsrat nicht vollständig umgesetzt. Nach den Beratungen von Vorstand und Aufsichtsrat in ihrer gemeinsamen Sitzung am 1. Dezember 2010 sind diese Punkte in der geänderten Entsprechenserklärung angemerkt. Unverändert zu den Vorjahren gilt die Ausnahme, dass aufgrund der Größe des Aufsichtsrates keine Ausschüsse gebildet werden können.

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG haben die geänderte Entsprechenserklärung am 1. Dezember 2010 gemäß § 161 AktG auf der Website der Gesellschaft öffentlich zugänglich gemacht.

Frühere, nicht mehr aktuelle Entsprechenserklärungen von MEDION sind auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht. Weitere Einzelheiten der Corporate-Governance-Praxis von MEDION können dem aktuellen Corporate-Governance-Bericht entnommen werden, der gleichzeitig Bestandteil dieser Erklärung zur Unternehmensführung ist und im Geschäftsbericht abgedruckt ist.

Essen, 24. Februar 2011

Gerd Brachmann

Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen

Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

- MEDION AG Inhaber-Aktien o.N. 2010
- DAX Performance-Index 2010



6 MEDION-Aktie

6.1	Die MEDION-Aktie im Börsenjahr 2010	_____	132
6.2	Hauptversammlung	_____	134
6.3	Investor Relations	_____	135

		2010	2009
Ausgegebene Aktien zum Bilanzstichtag	Stück	48.418.400	48.418.400
Grundkapital	€	48.418.400	48.418.400
Höchster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	13,50	8,80
Tiefster Börsenkurs je Aktie (Xetra)	€	7,39	5,05
Durchschnittliche Aktienanzahl im Geschäftsjahr (nach Aktienrückkauf)	Stück	44.599.210	44.495.714
Ergebnis je Aktie	€	0,42	0,32
Verwässertes Ergebnis je Aktie	€	0,42	0,32
Dividendenvorschlag je Stückaktie	€	0,23	0,20
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	WEST LB		

Kapitalmarktentwicklung in 2010

In 2010 konnten sich die internationalen Aktienindizes von den Folgen der Finanzkrise weiter erholen und verlorengegangenes Terrain teilweise wieder gutmachen. Dabei fiel die Entwicklung je nach Anlageregion sehr unterschiedlich aus. Während die Börsen in den so genannten Emerging Markets sowie in den USA und Großbritannien per Saldo Kurssteigerungen verzeichnen konnten, waren in Japan und der Eurozone – bis auf Deutschland – Verluste zu verkräften.

Die Schuldenkrise einiger europäischer Staaten stellte einen erheblichen Belastungsfaktor für die europäischen Aktienmärkte dar. Aufgrund der deutlichen Steigerung des Bruttoinlandsproduktes in Deutschland, getragen außer von der traditionellen Stärke im Export sowie wachsender Investitionsnachfrage auch von dem sich deutlich erholenden privaten Konsum, verbesserte sich der deutsche Leitindex DAX um 16,1 % und beendete das Jahr 2010 bei 6.914 Punkten. Dabei war die Kursentwicklung im Börsenjahr 2010 sehr volatil und geprägt von den europäischen volkswirtschaftlichen Themen wie Schuldensituation und Währungsparitäten. Insbesondere in den ersten beiden Börsenmonaten des Jahres 2010 wirkten sich diese Faktoren aus, so dass der DAX am 5. Februar 2010 mit 5.433 Punkten das Jahrestief markierte. Nach deutlichen Kurserholungen im März und April aufgrund von positiven Wirtschaftsdaten und einer sich beschleunigenden Konjunkturerholung kam es im Mai 2010 bedingt durch die wieder aufkommende Unsicherheit hinsichtlich der europäischen Staatsfinanzen zu einem deutlichen Kursrückgang. Der DAX bewegte sich bis Oktober bei starken Schwankungen in der Spanne von 5.607 bis 6.386 Punkten. Im Oktober begann der Ausbruch über die 6.400 Punktemarke und das letzte Quartal 2010 wurde von einer Jahresendrallye geprägt. Die beiden großen deutschen Nebenwerte-Indizes MDAX und SDAX folgten in ihrer Volatilität dieser Bewegung, erreichten jedoch bezogen auf den Jahresanfang deutlich höhere Kursstände und legten prozentual um ca. 30 % zu.

Kursentwicklung MEDION-Aktie

Die MEDION-Aktie folgte dem Trend des deutschen Kapitalmarktes und hat sich im Laufe des Jahres 2010 von ihren Tiefstständen zu Jahresbeginn deutlich erholt. Insgesamt zeigte die Kursentwicklung von MEDION im Börsenjahr 2010 eine deutlich bessere Performance als DAX und MDAX/SDAX. Der Kurs am Anfang des Jahres betrug € 7,39, der Höchstkurs wurde zum Jahresende erreicht und betrug € 13,50.

Dabei verlief die Kursentwicklung relativ gleichmäßig aufwärts, getragen von guten Unternehmensmeldungen und den folgenden Anhebungen der Erwartungen im Zuge der Hauptversammlung und der Veröffentlichungen der Quartalsberichte. Damit hat sich die MEDION-Aktie in Relation zu reinen Konsum- und Technologiewerten in Deutschland und Europa auf vergleichbarer Basis deutlich besser entwickelt. Der Kursanstieg war jeweils von deutlich höheren Umsätzen geprägt, während die Kursrückgänge bei verhältnismäßig niedrigeren Umsätzen erfolgten.

Hauptversammlung

Auf der Hauptversammlung am 26. Mai 2010 in Essen wurde über die Verwendung des Bilanzgewinns, € 0,20 je gewinnberechtigter Stückaktie, die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat und die Wahl des Abschlussprüfers Beschluss gefasst. Darüber hinaus wurde die Ermächtigung zum Erwerb und zur Veräußerung eigener Aktien gemäß § 71 AktG leicht modifiziert und in Anpassung an die geänderten Vorschriften des ARUG nunmehr für die Dauer von bis zu fünf Jahren erteilt. Ebenfalls wurde die Beschlussfassung über die Ermächtigung zum Einsatz von Eigenkapitalderivaten im Rahmen des Erwerbs eigener Aktien an die geänderten gesetzlichen Vorschriften angepasst und für die Dauer von fünf Jahren erteilt.

Mit einer Satzungsänderung wurde der Gegenstand des Unternehmens an die zukünftige strategische Ausrichtung angepasst. Der Unternehmensgegenstand wurde um den Handel mit Telekommunikationsdienstleistungen sowie den Handel mit digitalen Inhalten ergänzt. Weitere Satzungsänderungen betrafen die Einberufung der Hauptversammlung, die Erleichterungen für die Ausübung von Aktionärsrechten und die Vereinfachungen bezüglich des Vollmachtsstimmrechts zur Anpassung an geänderte aktienrechtliche Vorschriften. Auf der Hauptversammlung 2010 waren ca. 400 Aktionäre und Aktionärsvertreter anwesend. Wie in den Vorjahren wurde das Angebot zur Wahrnehmung von Stimmrechten durch einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter von vielen Aktionären angenommen und die Hauptversammlung – bis auf die Beiträge der Aktionäre oder Aktionärsvertreter – im Internet übertragen.

Aktienrückkaufprogramm

Die Durchführung des am 4. Juli 2007 beschlossenen Aktienrückkaufprogramms war mit 2.420.920 Stückaktien, das sind 5 % des Grundkapitals der MEDION AG, am 21. Februar 2008 abgeschlossen. Der Vorstand der MEDION AG hat dann mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 23. September 2008 bis zu 484.184 Stückaktien, das sind 1 % des derzeitigen Grundkapitals der MEDION AG, an der Börse zurückzukaufen. Dieser Rückkauf war am 13. November 2008 abgeschlossen. Der Vorstand der MEDION AG hat weiterhin mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, ab dem 4. Dezember 2008 bis zu 968.368 Stückaktien, das sind 2 % des Grundkapitals der MEDION AG, an der Börse zurückzukaufen. Dies erfolgte bis zum März 2009. Im Jahr 2009 und 2010 bis zum 31. Dezember 2010 hat die Gesellschaft 62.514 Stückaktien an den Vorstand im Rahmen der aktienbasierten Vergütung übertragen. Von der erneuten Ermächtigung zum Rückkauf eigener Aktien durch die Hauptversammlungen vom 15. Mai 2009 und 26. Mai 2010 hat die Gesellschaft bisher keinen Gebrauch gemacht.

Damit hält die Gesellschaft zum 31. Dezember 2010 3.805.958 eigene Aktien (ca. 7,8 % des Grundkapitals).

Über die Entwicklung des Aktienrückkaufprogramms hat die MEDION AG regelmäßig auf ihrer Website www.medion.com/investor informiert.

Investor Relations

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, der gegenwärtigen und angenommenen zukünftigen Geschäftsentwicklung.

Dabei orientiert sich die Finanzkommunikation an den Grundsätzen einer aktuellen, kontinuierlichen, glaubwürdigen und offenen Darstellung des Unternehmens sowie seiner Chancen und Risiken. Oberste Priorität hat der Grundsatz des Fair Disclosure, das heißt, alle Adressaten sind zeitlich und inhaltlich auf demselben Informationsstand. Alle Veröffentlichungen und Finanzberichte werden auf der Website des Unternehmens – www.medion.com – dokumentiert.

Alle Veröffentlichungstermine von Quartalsberichten werden von ausführlichen englischsprachigen Telefonkonferenzen begleitet, an denen in 2010 sowohl der Vorstandsvorsitzende als auch der Finanzvorstand teilgenommen haben. Im Anschluss an die Telefonkonferenzen werden für einen befristeten Zeitraum so genannte Replay-Aufzeichnungen angeboten. Präsentationen bei großen Kapitalmarktkonferenzen und ausgewählten Veranstaltungen, zum Beispiel zu den Themen Einzelhandel und Konsum, wurden vom Vorstand und von Investor Relations wahrgenommen.

Regulatorische Änderungen

Mitte 2010 wurde ein Regierungsentwurf für ein Gesetz zur Stärkung des Anlegerschutzes und hinsichtlich Verbesserungen der Funktionsfähigkeit des Kapitalmarktes vorgestellt. Damit soll eine Verbesserung der Kapitalmarkttransparenz durch neue Mitteilungs- und Veröffentlichungspflichten für bislang nicht erfasste Transaktionen erreicht werden. Es soll verhindert werden, dass in intransparenter Weise größere Stimmrechtspositionen aufgebaut werden. So erfolgt eine Zurechnung von Stimmrechten im Rahmen des § 25a WpHG mit Anteilen nach §§ 21, 22 und 25 WpHG. Es ist davon auszugehen, dass dieser Regierungsentwurf im Laufe des Jahres 2011 Gesetzesformat annimmt.

Eine weitere geplante Änderung betrifft das Aktiengesetz (Aktienrechtsnovelle 2011). Für börsennotierte Aktiengesellschaften ist in diesem Zusammenhang die Fortentwicklung des Beschlussmängelrechts relevant. Hier soll durch eine relative Befristung der Nichtigkeitsklage ein deutlich höheres Maß an Rechtssicherheit für die betroffenen Aktiengesellschaften erreicht werden. Unverändert gilt der überarbeitete Emittentenleitfaden vom Mai 2009 der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

7 Konzernabschluss der MEDION AG

7.1	Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)	_____	138
7.2	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	_____	139
7.3	Konzern-Gesamtergebnisrechnung	_____	140
7.4	Konzern-Kapitalflussrechnung	_____	141
7.5	Konzernbilanz	_____	142
7.6	Konzernanlagenspiegel	_____	144
7.7	Entwicklung des Konzerneigenkapitals	_____	146
7.8	Segmentbericht	_____	147

Konzernabschluss der MEDION AG

138 |

7.1 Ausgewählte Kennzahlen (Nicht Bestandteil des Konzernabschlusses)

Werte in Mio. €	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009
Umsatz	1.639	1.408
- Inland	1.219	1.071
- Ausland	420	337
Umsätze nach Segmenten		
- davon Projektgeschäft	1.160	1.025
- davon Direktgeschäft	478	383
EBIT	28	19
Konzernergebnis	19	14
Bilanzsumme	695	716
Eigenkapitalquote	54,5 %	51,3 %
Mitarbeiter	1.007	1.015
Personalaufwand	48	47
Aktienbezogene Daten		
Grundkapital	€ 48.418.400	€ 48.418.400
Genehmigtes Kapital	€ 24.000.000	€ 24.000.000
Ergebnis je Aktie (in €)	0,42	0,32

Konzernabschluss der MEDION AG

139 |

7.2 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009
1. Umsatzerlöse	(1)	1.638.737	1.408.075
2. Sonstige betriebliche Erträge	(2)	4.740	4.690
3. Materialaufwand	(3)	-1.455.899	-1.250.923
4. Personalaufwand	(4)	-48.468	-47.316
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		-4.387	-4.486
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5)	-106.607	-91.256
7. Betriebsergebnis (EBIT)		28.116	18.784
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	(6)	3.154	4.757
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(6)	-2.320	-1.716
10. Ergebnis vor Steuern (EBT)		28.950	21.825
11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(7)	-9.860	-7.394
12. Sonstige Steuern		-212	-276
13. Konzernergebnis		18.878	14.155
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert)		0,42	0,32
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (unverwässert)		44.599.210	44.495.714
Ergebnis je Aktie in € (verwässert)		0,42	0,32
Durchschnittlich im Umlauf befindliche Aktien (verwässert)		44.599.210	44.495.714

Konzernabschluss der MEDION AG

140 |

7.3 Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009
1. Konzernergebnis		18.878	14.155
2. Sonstiges Ergebnis, nach Steuern			
+/- Währungsumrechnungsdifferenzen	(20)	247	19
+/- Überschuss/Fehlbetrag aus Cashflow-Hedges	(7)	-101	9.037
= sonstiges Ergebnis, nach Steuern		146	9.056
3. Gesamtergebnis, nach Steuern		19.024	23.211

Konzernabschluss der MEDION AG

141 |

7.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

Werte in T€	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009
1. Betriebsergebnis (EBIT)	28.116	18.784
2. +/- Abschreibungen/Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	4.387	4.486
3. +/- Zunahme/Abnahme der Pensionsrückstellungen	338	590
Brutto Cashflow	32.841	23.860
4. -/+ Abnahme/Zunahme der übrigen Rückstellungen	-29.549	3.333
5. -/+ Gewinn/Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-55	1.023
6. -/+ Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-84.467	19.503
7. -/+ Abnahme/Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.564	12.198
8. +/- Ein-/Auszahlungen für Ertragsteuern (Saldo)	-3.261	-8.642
9. = Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit (Summe aus 1 bis 8)	-89.055	51.275
10. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens sowie Tilgung von Ausleihungen	627	19
11. - Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-5.039	-3.145
12. = Cashflow aus der Investitionstätigkeit (Summe aus 10 und 11)	-4.412	-3.126
13. -/+ Aus-/Einzahlungen aus Anleihen und (Finanz-) Krediten (Saldo)	-38	-244
14. - Auszahlungen für Dividende	-8.922	-6.682
15. + Einzahlungen aus Zinsen	2.205	4.151
16. - Auszahlungen für Zinsen	-1.680	-1.133
17. +/- Ein-/Auszahlungen durch Abgang/Erwerb eigener Aktien	502	-4.116
18. = Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit (Summe aus 13 bis 17)	-7.933	-8.024
19. Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds (Summe aus 9, 12, 18)	-101.400	40.125
20. +/- Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	236	4
21. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	224.300	184.171
22. = Finanzmittelfonds am Ende der Periode (Summe aus 19 bis 21)	123.136	224.300

Aktiva

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		123.136	224.300
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(8)	262.577	219.068
Vorräte	(9)	199.361	188.885
Ertragsteuererstattungsansprüche	(10)	3.883	4.387
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	(10)	59.817	29.222
davon: Geldanlagen		30.000	0
Kurzfristige Vermögenswerte, gesamt		648.774	665.862
Langfristige Vermögenswerte			
Sachanlagevermögen	(11)	30.651	30.147
Immaterielle Vermögensgegenstände	(12)	3.066	3.082
Finanzanlagen	(13)	113	512
Latente Steuern	(7)	11.140	15.789
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(10)	1.071	934
Langfristige Vermögenswerte, gesamt		46.041	50.464
Aktiva, gesamt		694.815	716.326

Passiva

Werte in T€	Anmerkung im Anhang	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		139.102	144.741
Steuerrückstellungen	(7, 14)	3.415	2.019
Sonstige Rückstellungen	(15)	161.109	190.570
Sonstige kurzfristige Schulden	(16, 17)	10.217	8.471
Kurzfristige Schulden, gesamt		313.843	345.801
Langfristige Schulden			
Sonstige langfristige Schulden	(16, 17)	106	601
Pensionsrückstellungen	(18)	2.488	2.150
Langfristige Schulden, gesamt		2.594	2.751
Eigenkapital	(20)		
Gezeichnetes Kapital		48.418	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418			
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)			
Kapitalrücklage		141.830	141.665
Eigene Aktien		-46.803	-47.140
Erwirtschaftetes Eigenkapital		234.933	224.831
Eigenkapital, gesamt		378.378	367.774
Passiva, gesamt		694.815	716.326

Konzernabschluss der MEDION AG

144 |

7.6 Konzernanlagenspiegel

Werte in T€	Stand	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand
	01.01.2010					31.12.2010
	Anschaffungskosten					
Grundstücke und Bauten	32.383	23	0	0	1	32.407
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	24.063	2.442	442	9	49	26.121
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	351	791	0	-9	0	1.133
Sachanlagevermögen	56.797	3.256	442	0	50	59.661
Lizenzen	2.700	741	0	0	0	3.441
EDV-Software	19.092	1.042	0	144	8	20.286
Geleistete Anzahlungen	144	0	0	-144	0	0
Immaterielle Vermögensgegenstände	21.936	1.783	0	0	8	23.727
Geschäfts- oder Firmenwert	516	0	0	0	0	516
Anteile an verbundenen Unternehmen	113	0	0	0	0	113
Beteiligungen	399	0	399	0	0	0
Finanzanlagen	512	0	399	0	0	113
	79.761	5.039	841	0	58	84.017

Konzernabschluss der MEDION AG

145 |

7.6 Konzernanlagenspiegel

Stand 01.01.2010	Zugänge	Abgänge	Differenz aus Währungs- umrechnung	Stand 31.12.2010	Stand 31.12.2010	Stand 31.12.2009
Abschreibungen				Buchwerte		
7.035	668	0	2	7.705	24.702	25.348
19.615	1.920	269	39	21.305	4.816	4.448
0	0	0	0	0	1.133	351
26.650	2.588	269	41	29.010	30.651	30.147
1.938	652	0	0	2.590	851	762
16.916	1.147	0	8	18.071	2.215	2.176
0	0	0	0	0	0	144
18.854	1.799	0	8	20.661	3.066	3.082
516	0	0	0	516	0	0
0	0	0	0	0	113	113
0	0	0	0	0	0	399
0	0	0	0	0	113	512
46.020	4.387	269	49	50.187	33.830	33.741

Konzernabschluss der MEDION AG

146 |

7.7 Entwicklung des Konzerneigenkapitals

Werte in T€	Aktien im Umlauf (Anzahl)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Aktien	Erwirtschaftetes Eigenkapital			Gesamt
					Andere Ge- winnrücklagen / Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanz- instrumenten	Währungs- umrechnungs- differenzen	
Stand 1. Januar 2009	45.249.296	48.418	141.665	-43.024	216.856	-7.512	-1.035	355.368
Ausschüttung an die Aktionäre für 2008	0	0	0	0	-6.682	0	0	-6.682
Erwerb eigener Aktien	-704.368	0	0	-4.213	0	0	0	-4.213
Abgang eigener Aktien	15.075	0	0	97	-7	0	0	90
Gesamtergebnis	0	0	0	0	14.155	9.037	19	23.211
Stand 31. Dezember 2009	44.560.003	48.418	141.665	-47.140	224.322	1.525	-1.016	367.774

Werte in T€	Aktien im Umlauf (Anzahl)	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Aktien	Erwirtschaftetes Eigenkapital			Gesamt
					Andere Ge- winnrücklagen / Bilanzgewinn	Marktbewertung von Finanz- instrumenten	Währungs- umrechnungs- differenzen	
Stand 1. Januar 2010	44.560.003	48.418	141.665	-47.140	224.322	1.525	-1.016	367.774
Ausschüttung an die Aktionäre für 2009	0	0	0	0	-8.922	0	0	-8.922
Erwerb eigener Aktien	0	0	0	0	0	0	0	0
Abgang eigener Aktien	52.439	0	165	337	0	0	0	502
Gesamtergebnis	0	0	0	0	18.878	-101	247	19.024
Stand 31. Dezember 2010	44.612.442	48.418	141.830	-46.803	234.278	1.424	-769	378.378

Konzernabschluss der MEDION AG

147 |

7.8 Segmentbericht

Werte in T€	Projektgeschäft		Direktgeschäft		Überleitung Konzern		Konzern	
	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009	01.01.- 31.12.2010	01.01.- 31.12.2009
Gesamtumsätze	1.160.262	1.025.070	478.012	383.278	463	-273	1.638.737	1.408.075
EBIT	16.087	13.743	12.480	6.298	-451	-1.257	28.116	18.784
Abschreibungen auf Anlagevermögen	2.029	2.225	2.352	2.232	6	29	4.387	4.486
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	239	430	98	160	0	0	337	590
Brutto Cashflow	18.355	16.398	14.930	8.690	-445	-1.228	32.840	23.860
Segmentvermögen	522.007	544.357	156.589	150.303	1.198	1.489	679.794	696.149
Segmentsschulden	265.160	301.758	41.381	40.027	6.636	4.894	313.177	346.679
Investitionen	2.735	2.015	2.295	1.113	9	17	5.039	3.145

8 Konzernanhang der MEDION AG

8.1	Allgemeine Angaben zum Konzernabschluss	150
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 Schätzungen	
8.2	Erläuterungen zu den Posten der Gewinn- und Verlustrechnung und der Bilanz	163
8.2.1	Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung	
8.2.2	Angaben zur Bilanz	
8.3	Ergänzende Angaben	188
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	Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns	

Erklärung nach §§ 297 Abs.2 Satz 4 sowie 315 Abs. 1 Satz 6 HGB	199
---	-----

8.1.1 Aufstellungsgrundsätze

Die MEDION AG als Muttergesellschaft des MEDION-Konzerns 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 Regelten Markt in Frankfurt geführt.

Gegenstand des Unternehmens ist die Erbringung und Vermittlung von Dienstleistungen und der Vertrieb von Produkten aus den Bereichen Multimedia Hard- und Software, Unterhaltungs- und Konsumelektronik, Telekommunikations- und Satellitentechnik sowie weiteren Non-Food-Artikeln aller Art und der Handel mit Telekommunikationsdienstleistungen sowie der Handel mit digitalen Inhalten.

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 § 315a Abs. 1 HGB zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften erstellt. Zur Anwendung kamen alle für das Geschäftsjahr 2010 verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen des IASB, die von der EU übernommen wurden.

Neue und geänderte Standards und Interpretationen

Die angewandten Rechnungslegungsmethoden entsprechen den im Vorjahr angewandten Methoden mit Ausnahme der nachfolgend aufgeführten neuen und überarbeiteten Standards und Interpretationen mit Wirkung zum 1. Januar 2010:

- IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütung – Konzerninterne anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich) trat am 1. Januar 2010 in Kraft,
- IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse (überarbeitet)) und IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse (überarbeitet)) einschließlich der Folgeänderungen in IFRS 2, IFRS 5, IFRS 7, IAS 7, IAS 21, IAS 28, IAS 31 und IAS 39 traten am 1. Juli 2009 in Kraft,
- IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Geeignete Grundgeschäfte) trat am 1. Juli 2009 in Kraft,
- IFRIC 17 (Sachdividenden an Eigentümer) trat am 1. Juli 2009 in Kraft,
- Verbesserungen zu IFRS 2008 (Mai 2008),
- Verbesserungen zu IFRS 2009 (April 2009).

Die Anwendung dieser Standards und Interpretationen wird nachfolgend näher erläutert:

IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung

Der IASB hat im Juni 2009 eine Änderung von IFRS 2 zum Anwendungsbereich und zur Bilanzierung von anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich im Konzern veröffentlicht. Der Konzern hat festgestellt, dass diese Änderung sich nicht auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns auswirken wird, weil der Konzern keine derartigen Vergütungen vornimmt.

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse (überarbeitet) und IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse (überarbeitet)

IFRS 3 (überarbeitet) führt wesentliche Änderungen bezüglich der Bilanzierung von Unternehmenszusammenschlüssen ein. Es ergeben sich Auswirkungen auf die Bewertung von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss, die Bilanzierung von Transaktionskosten, die erstmalige Erfassung und die Folgebewertung einer bedingten Gegenleistung sowie sukzessive Unternehmenserwerbe.

IAS 27 (überarbeitet) schreibt vor, dass eine Veränderung der Beteiligungshöhe an einem Tochterunternehmen, die nicht zum Verlust der Beherrschung führt, als Transaktion mit Eigentümern in ihrer Eigenschaft als Eigentümer bilanziert wird. Aus einer solchen Transaktion kann daher weder ein Geschäfts- oder Firmenwert noch ein Gewinn oder Verlust resultieren. Außerdem werden Vorschriften zur Verteilung von Verlusten auf die Eigentümer des Mutterunternehmens und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss und die Bilanzierungsregeln für Transaktionen, die zu einem Beherrschungsverlust führen, geändert.

Die Neuregelungen aus IFRS 3 und IAS 27 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns, da im Geschäftsjahr 2010 keine hierunter fallenden Transaktionen vorgenommen wurden.

IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung – Geeignete Grundgeschäfte

Es wird klargestellt, dass es zulässig ist, lediglich einen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflow-Schwankungen eines Finanzinstruments als Grundgeschäft zu designieren. Dies umfasst auch die Designation von Inflationsrisiken als gesichertes Risiko bzw. Teile davon in bestimmten Fällen. Der Konzern hat festgestellt, dass diese Änderung sich nicht auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns auswirken wird, weil der Konzern keine derartigen Geschäfte eingegangen ist.

IFRIC 17 Sachdividenden an Eigentümer

Diese Interpretation enthält Leitlinien zur Bilanzierung von Vereinbarungen, bei denen ein Unternehmen Sachausschüttungen an Eigentümer als Ausschüttung aus den Rücklagen oder als Dividenden vornimmt. Diese Interpretation hat keine Auswirkungen auf die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Verbesserungen zu IFRS 2008 und 2009

Der IASB veröffentlichte im Mai 2008 und April 2009 zwei Sammelstandards zur Änderung verschiedener IFRS mit dem primären Ziel, Inkonsistenzen zu beseitigen und Formulierungen klarzustellen. Die Sammelstandards sehen für jeden geänderten IFRS eine eigene Übergangsregelung vor. Die Anwendung folgender Neuregelungen führte zwar zu einer Änderung von Rechnungslegungsmethoden, ergab jedoch keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

Veröffentlicht im Mai 2008

- IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche): Es wird klargestellt, dass bei der Klassifizierung eines Tochterunternehmens als zur Veräußerung gehalten, sämtliche Vermögenswerte und Schulden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert werden. Dies gilt selbst dann, wenn dem Unternehmen nach dem Veräußerungsgeschäft weiterhin Anteile ohne beherrschenden Einfluss am ehemaligen Tochterunternehmen verbleiben. Die Änderung wird prospektiv angewandt und wirkt sich nicht auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns aus.

Veröffentlicht im April 2009

- IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche): Es wird klargestellt, dass für langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind, und aufgegebene Geschäftsbereiche allein die Angabepflichten des IFRS 5 einschlägig sind. Die in anderen IFRS vorgesehenen Angabepflichten sind nur dann zu beachten, wenn die jeweiligen Standards oder Interpretationen diese Angaben ausdrücklich für Vermögenswerte nach IFRS 5 und aufgegebene Geschäftsbereiche fordern. Diese Klarstellung hat keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- IFRS 8 (Geschäftssegmente): Es wird klargestellt, dass Segmentvermögenswerte und Segmentschulden nur dann ausgewiesen werden müssen, wenn diese Vermögenswerte und Schulden der verantwortlichen Unternehmensinstanz regelmäßig gemeldet werden. Da die verantwortliche Unternehmensinstanz des Konzerns die Entwicklung der Segmentvermögenswerte und Segmentschulden überwacht, weist der Konzern diese Information weiterhin aus.

- IAS 7 (Kapitalflussrechnung): Es wird festgestellt, dass lediglich solche Ausgaben, die zum Ansatz eines Vermögenswerts führen, als Cashflows aus der Investitionstätigkeit eingestuft werden können. Diese Änderung hat keine Auswirkungen auf die Kapitalflussrechnung des Konzerns.
- IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten): Die Änderung stellt klar, dass eine zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der ein im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbener Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wird, nicht größer sein darf als ein Geschäftssegment i. S. v. IFRS 8 vor der Aggregation nach den dort genannten Kriterien. Die Änderung hat keine Auswirkungen auf den Konzern, weil die vorhandenen Geschäfts- oder Firmenwerte vollständig abgeschrieben sind.

Aus den anderen nachfolgend genannten Neuregelungen in Verbesserungen zu IFRS ergaben sich keine Auswirkungen auf die Rechnungslegungsmethoden und die Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns:

Veröffentlicht im April 2009

- IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung
- IAS 1 Darstellung des Abschlusses
- IAS 17 Leasingverhältnisse
- IAS 34 Zwischenberichterstattung
- IAS 38 Immaterielle Vermögenswerte
- IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung
- IFRIC 9 Neubeurteilung eingebetteter Derivate
- IFRIC 16 Absicherungen einer Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb

Die folgenden Standards und Interpretationen, die durch das IASB bzw. IFRIC veröffentlicht wurden, sind für den Konzernabschluss 2010 noch nicht verpflichtend anzuwenden. Auf eine nach IAS grundsätzlich zulässige vorzeitige Anwendung wurde verzichtet.

- Das IASB hat im November 2009 den IFRS 9 „Financial Instruments: Classification and Measurement“ veröffentlicht. Mit diesem Standard endet die erste Phase zur vollständigen Ablösung von IAS 39. Der neue IFRS 9 ändert zunächst nur die bisherigen Vorschriften zur Kategorisierung und Bewertung von Finanzinstrumenten, wobei bislang nur finanzielle Vermögenswerte behandelt werden. Der neue Standard ist erstmals für das Geschäftsjahr 2013 verpflichtend anzuwenden. Eine Übernahme durch die EU ist noch nicht erfolgt.
- Der IASB veröffentlichte im Mai 2010 einen weiteren Sammelstandard „Improvements to IFRSs“. Insgesamt wurden Änderungen an sechs Standards sowie einer Interpretation verabschiedet. Sofern im jeweiligen Standard nichts anderes geregelt ist, sind die Änderungen auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen. Die Änderungen wurden noch nicht durch die EU übernommen.

- Der IASB veröffentlichte am 7. Oktober 2010 Änderungen an IFRS 7 (Finanzinstrumente: Angaben), die die Übertragung finanzieller Vermögenswerte betreffen. Durch die erweiterten Offenlegungsvorschriften soll es dem Bilanzleser ermöglicht werden, die Beziehungen zwischen den übertragenen finanziellen Vermögenswerten und den korrespondierenden finanziellen Verbindlichkeiten zu verstehen. Zudem soll er bei ausgebuchten finanziellen Vermögenswerten die Art sowie insbesondere die Risiken eines anhaltenden Engagements beurteilen können. Mit den Änderungen werden auch zusätzliche Angaben gefordert, wenn eine unverhältnismäßig große Anzahl von Übertragungen rund um das Ende einer Berichtsperiode auftritt. Die Anwendung ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2011 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Die Änderungen wurden noch nicht durch die EU übernommen.

Derzeit werden keine wesentlichen Auswirkungen aus der Anwendung der genannten Standards und Interpretationen für den konsolidierten Abschluss der MEDION AG erwartet.

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 2010 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 2010 wurden neben der Muttergesellschaft MEDION AG, Essen, die nachfolgenden Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung nach der Erwerbsmethode einbezogen.

Firma und Sitz	Stammkapital zum 31.12.2010	Beteiligung	Erwerbszeitpunkt	Erste Einbeziehung in den Konzernabschluss
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen („AMS“)	€ 25.000	100,0 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
2. MEDION Service GmbH, Essen („MSG“)	€ 25.000	100,0 %	Gründung 2004	ab 1. September 2004
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich („MEDION France“)	€ 150.000	100,0 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 1999
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, Großbritannien („MEDION UK“)	GBP 400.000	100,0 %	Gründung 1998	ab 1. Juli 2000
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark („MEDION Nordic“)	DKK 500.000	100,0 %	Erwerb 2002	ab 1. Juli 2002
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich („MEDION AT“)	€ 50.000	100,0 %	Gründung 2002	ab 1. Dezember 2002
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande („MEDION NL“)	€ 650.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
8. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien („MEDION Iberia“)	€ 5.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. Juli 2001
9. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz („MEDION Schweiz“)	CHF 100.000	100,0 %	Gründung 2004	ab 1. Februar 2004
10. MEDION USA Inc., Delaware, USA („MEDION USA“)	USD 10.100.000	100,0 %	Gründung 2001	ab 1. April 2001
11. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien („MEDION Australia“)	AUD 10.000	100,0 %	Gründung 2003	ab 1. November 2003
12. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien („MEDION Slowenien“)	SIT 2.100.000 = € 8.763	100,0 %	Gründung 2006	ab 1. Juli 2007

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 31. Dezember 2010. 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 erfolgt 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 wurden 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:

1 € =		2010	2009	2010	2009
		Bilanz Mittelkurs am 31.12.		GuV Durchschnittskurs	
Australien	AUD	1,3121	1,6045	1,4440	1,7749
Dänemark	DKK	7,4555	7,4416	7,4470	7,4461
Großbritannien	GBP	0,8630	0,9039	0,8583	0,8912
Schweiz	CHF	1,2442	1,4882	1,3824	1,5098
USA	USD	1,3282	1,4325	1,3273	1,3934

8.1.5 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beinhalten Barmittel, Schecks und Guthaben bei Kreditinstituten mit originären Restlaufzeiten von bis zu drei Monaten sowie finanzielle Vermögenswerte, die jederzeit in Zahlungsmittel umgewandelt werden können und nur geringen Wertschwankungen unterliegen. Die Bewertung erfolgt zu Nominalwerten, im Falle von Fremdwährungsposten zum Fair Value.

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 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 Durchschnittskostensmethode. Der Bewertung der Vorräte zum Abschlussstichtag liegt der niedrigere Betrag aus gewogenem Durchschnittswert und Nettoveräußerungswert zugrunde.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungskosten, 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	10–40 Jahre
Mietereinbauten	3–20 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–13 Jahre

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 Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Die Nutzungsdauer liegt zwischen einem Jahr 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.

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

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie **Darlehen und sonstige kurzfristige Schulden** werden zu ihren Erfüllungsbeträgen – 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 Einkaufsgeschäften. 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 der Absicherung zukünftiger Zahlungsströme dienen (Cashflow-Hedges), erfolgsneutral über eine gesonderte Rücklage im Eigenkapital abgegrenzt. 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

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 Schätzungen

Im Rahmen der Bewertung der Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2010 hat sich der Diskontierungssatz entsprechend der erwarteten langfristigen Marktzinsentwicklung von 5,25 % im Vorjahr auf 5,15 % verringert. Der sich daraus ergebende Effekt wurde in Höhe von T€ 86 als versicherungsmathematischer Verlust aufwandswirksam verbucht.

8.2.1 Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung

(1) Die **Umsatzerlöse** setzen sich nach Regionen wie folgt zusammen:

Werte in T€	2010	2009
Deutschland	1.218.700	1.070.531
Europa	358.143	294.854
Übriges Ausland	61.894	42.690
	1.638.737	1.408.075

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

Werte in T€	2010	2009
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	933	1.052
Erträge aus Schadenersatz/Versicherungserstattungen	590	1.129
Provisionserträge	153	217
Übrige	3.064	2.292
	4.740	4.690

(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€	2010	2009
Löhne und Gehälter	41.287	40.234
Soziale Abgaben	6.843	6.492
Aufwendungen für Altersversorgung	338	590
	48.468	47.316

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter betrug im Jahr 2010 1.062,7 (Vorjahr: 1.066,4).

Bezogen auf Vollzeitäquivalente entwickelte sich die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter wie folgt:

Mitarbeiter nach Gruppen	2010	2009
Service	560	568
Vertrieb	300	290
Verwaltung	147	157
	1.007	1.015

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

Werte in T€	2010	2009
Vertriebsaufwendungen	87.278	72.243
Verwaltungsaufwendungen	14.239	12.462
Betriebsaufwendungen	3.383	3.771
Übrige Aufwendungen	1.707	2.780
	106.607	91.256

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

Werte in T€	2010	2009
Werbe-/Messekosten, Marketing	39.341	31.915
Aufwendungen für Kundenservice	27.386	17.870
Übrige	20.551	22.458
	87.278	72.243

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 den Abschlussprüfer gliedern sich wie folgt:

Werte in T€	2010	2009
Abschlussprüfungsleistungen	274	185
Andere Bestätigungsleistungen	87	112
Steuerberatungsleistungen	47	39
Sonstige Leistungen	35	89
	443	425

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.

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

Werte in T€	2010	2009
Zinserträge	3.154	4.757
Zinsaufwendungen	-835	-249
Finanzierungskosten	-1.485	-1.467
	834	3.041

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

Werte in T€	2010	2009
Kredite und Forderungen	1.868	3.397
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	-122	-131
	1.746	3.266

Im Berichtszeitraum wurden Zinserträge auf wertberichtigte finanzielle Vermögenswerte in Höhe von T€ 3 (Vorjahr: T€ 9) vereinnahmt.

Die Zinserträge und -aufwendungen sowie die Finanzierungskosten sind mit Ausnahme von abgegrenzten Zinsen und Finanzierungskosten in Höhe von T€ 25 (Vorjahr: T€ 98) im Berichtsjahr zahlungswirksam geworden.

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

Werte in T€	2010	2009
MEDION AG		
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	-2.142	-1.460
Gewerbeertragsteuer	-2.241	-1.542
	-4.383	-3.002
MEDION NL	-210	-138
AMS	-120	-126
MEDION Australia	-99	-40
MEDION Schweiz	-97	-21
MEDION UK	-95	-85
MEDION Austria	-84	-32
MEDION Nordic	-83	1
MSG	-43	-30
Übrige	-35	-26
Latente Steuern	-4.611	-3.895
	-9.860	-7.394

Die Aufwendungen aus laufenden Ertragsteuern der MEDION AG betreffen mit € 3,3 Mio. die Ertragsteuerbelastung für 2010.

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

Werte in T€	2010	2009
1. Konzernergebnis vor Ertragsteuern	28.738	21.549
2. Anzuwendender theoretischer Steuersatz in %	31,93	31,93
3. Theoretische Steuer	-9.176	-6.881
4. Unterschiede zu ausländischen und latenten Steuern	486	139
5. Steuern auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	-34	-108
6. Steuernachzahlungen für Vorjahre	-1.136	-419
7. Steuern auf Beteiligungsergebnisse	-	-125
8. Tatsächlicher Ertragsteueraufwand	-9.860	-7.394
9. Tatsächlicher Ertragsteuersatz in %	34,31	34,31

Der einheitlich theoretische Ertragsteuersatz für 2010 von 31,93 % errechnet sich aus der Gewerbesteuerbelastung von 16,10 %, der Körperschaftsteuer von 15,0 % 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€	2010	2009
Latenter Steueraufwand	-4.611	-3.895
davon aus:		
Steuerlichen Verlustvorträgen der MEDION AG		
Verbrauch	-4.655	-3.949
Temporären Differenzen	44	54
	-4.611	-3.895

Zum Abschlussstichtag verfügt der MEDION-Konzern über inländische körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von T€ 33.813 (Vorjahr: T€ 48.545) und gewerbesteuerliche Verlustvorträge von T€ 33.104 (Vorjahr: T€ 48.252) sowie ausländische Verlustvorträge von T€ 4.681 (MEDION USA; Vorjahr: T€ 4.241) zur Verrechnung mit zukünftigen Gewinnen.

Obwohl für die MEDION USA in Zukunft 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.

Im Jahr 2010 wurde die Planungsrechnung der Gesellschaft aktualisiert. Auf dieser Grundlage rechnet die MEDION AG auch weiterhin mit einer Ertragsentwicklung, die die Ausnutzung des gesamten verbleibenden Verlustvortrages in einem hinreichend sicheren Planungshorizont von fünf Jahren ermöglicht. 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 auch weiterhin jährlich überprüft werden.

Im Berichtsjahr wurden latente Steueransprüche in Höhe von T€ 4.655 aufgrund des positiven Jahresergebnisses 2010 realisiert und als Verbrauch verrechnet.

Nach der 2007 verabschiedeten Unternehmenssteuerreform wird seit 2008 ein Ertragsteuersatz von 31,6 % angesetzt.

Die latenten Steuern entfallen auf folgende wesentliche Bilanzposten:

Werte in T€	aktivisch	passivisch	aktivisch	passivisch
	31.12.2010		31.12.2009	
Sachanlagevermögen	256	-	294	46
Wertberichtigungen auf Forderungen	42	-	35	-
Aus erfolgsneutraler Verrechnung im Eigenkapital	-	658	-	705
Pensionsrückstellungen	87	-	54	-
Übrige Rückstellungen	70	-	65	-
Steuerliche Verlustvorträge	10.685	-	15.340	-
	11.140	*658	15.788	*751

* Wegen untergeordneter Bedeutung erfolgt Ausweis unter Steuerrückstellungen

Die latenten Steuern aus erfolgsneutralen Verrechnungen im Eigenkapital (T€ 658; Vorjahr: T€ 705) resultieren aus den Cashflow-Hedges im Rahmen des Hedge-Accounting gemäß IAS 39.

8.2.2 Angaben zur Bilanz

Kurzfristige Vermögenswerte

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

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen	263.698	221.543
Abzüglich Wertberichtigungen	-1.121	-2.475
	262.577	219.068

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen im Wesentlichen gegenüber international tätigen Handelskonzernen. Die MEDION AG hat zum 31. Dezember 2010 Asset-Backed-Security-Transaktionen (ABS-Transaktionen) in Höhe von T€ 2.158 (Vorjahr: T€ 2.200) bilanziert.

Die Wertberichtigungen haben sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	2010	2009
Stand 1. Januar	2.475	3.805
Inanspruchnahmen	-530	-1.636
Auflösungen	-1.418	-1.153
Zuführungen	594	1.459
Stand 31. Dezember	1.121	2.475

Die Wertberichtigungen betreffen Einzelwertberichtigungen sowie Wertberichtigungen auf Portfoliobasis.

Von den nicht wertberichtigten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von T€ 262.577 (Vorjahr: T€ 219.068) waren T€ 250.402 (Vorjahr: T€ 198.225) zum Abschlussstichtag nicht fällig. Die übrigen (fälligen) Forderungen sind innerhalb folgender Zeitbänder per 31. Dezember überfällig:

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
Kleiner als 30 Tage	9.699	19.654
Zwischen 30 und 60 Tage	288	418
Zwischen 61 und 90 Tage	377	71
Zwischen 91 und 180 Tage	44	356
Größer als 181 Tage	1.768	344
Summe der fälligen Forderungen	12.176	20.843

Hinsichtlich der nicht wertberichtigten, aber überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen 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€ 376 (Vorjahr: T€ 241). Erträge aus bereits ausgebuchten Forderungen waren von untergeordneter Bedeutung.

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

(9) 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 wie folgt auf:

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
Produktivbestände	139.399	139.395
Servicewaren	18.163	19.843
Retouren-/Remarketingbestände	24.752	19.903
Direct Sales	17.047	9.744
	199.361	188.885

Zum Abschlussstichtag sind in den Vorräten die folgenden Abwertungen enthalten:

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
Auf Retouren-, Service- und Remarketingwaren	11.215	17.000
Auf Produktivbestände/Direct Sales	10.428	10.294
	21.643	27.294

Die Vorräte betreffen mit T€ 157.113 (Vorjahr: T€ 145.301) PC/Multimedia und mit T€ 42.248 (Vorjahr: T€ 43.584) Unterhaltungselektronik/Dienstleistungen.

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

Werte in T€	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
	31.12.2010		31.12.2009	
a) Finanzielle Vermögenswerte				
Ausstehende Lieferantengutschriften	21.232	21.232	17.169	17.169
Einbehalte, ABS-Transaktionen	227	227	231	231
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung	3.563	3.563	3.582	3.582
Ausgereichte Darlehen	1.590	909	2.025	1.234
Schuldscheindarlehen	20.000	20.000	0	0
Wertpapiere	10.000	10.000	72	72
Übrige finanzielle Vermögenswerte	107	107	239	239
	56.719	56.038	23.318	22.527
b) Übrige Vermögenswerte				
Umsatzsteuer- und sonstige Steuerforderungen	2.871	2.871	5.363	5.363
Rechnungsabgrenzungsposten	1.252	908	1.432	1.332
Übrige	46	-	43	0
	4.169	3.779	6.838	6.695
	60.888	59.817	30.156	29.222

Die ausstehenden Lieferantengutschriften betreffen noch erwartete Preisgutschriften für gelieferte Produkte sowie Ansprüche aus der Abwicklung von Defektmaterialien. In den Rechnungsabgrenzungsposten werden im Wesentlichen vorausbezahlte Aufwendungen für Finanzierungsgeschäfte sowie Vorauszahlungen im Zusammenhang mit Sponsoring-Aktivitäten 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 Kaufpreisabschläge 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€	31.12.2010	31.12.2009
Finanzielle Vermögenswerte	57.159	23.689
Abzüglich Wertberichtigungen	-440	-371
	56.719	23.318

Die nicht wertberichtigten sonstigen finanziellen Vermögenswerte weisen keine Überfälligkeiten auf.

In den Ertragsteuererstattungsansprüchen wird auch das Körperschaftsteuerguthaben gemäß § 37 Abs. 5 KStG ausgewiesen, das in Höhe von T€ 1.591 (Vorjahr: T€ 1.784) eine Restlaufzeit von über einem Jahr hat.

Langfristige Vermögenswerte

(11) Das Gesamtinvestitionsvolumen im Bereich des **Sachanlagevermögens** belief sich in 2010 auf T€ 3.256. Die Zugänge betreffen im Wesentlichen die Investitionen in Präsentationsmöbel einschließlich Sicherheitstechnik im Rahmen der Entwicklung eines weiteren Vertriebskonzeptes.

(12) Die Zugänge im Bereich der **immateriellen Vermögensgegenstände** von insgesamt T€ 1.783 betreffen im Wesentlichen mit T€ 741 neue Lizenzen und Updates sowie mit T€ 1.042 externe Entwicklungs- und Softwarekosten für verschiedene Softwareentwicklungsprojekte u. a. im Bereich Webshop.

(13) Als **Finanzanlagen** werden unverändert zum Vorjahr die nicht konsolidierten Unternehmen ausgewiesen.

Kurzfristige Schulden

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

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
MEDION AG		
Körperschaftsteuer/Solidaritätszuschlag	1.350	690
Gewerbesteuer	735	200
Umsatzsteuer/Lohnsteuer	134	138
Latente Steuern	658	751
MEDION NL	210	-
MEDION Schweiz	92	57
MEDION Nordic	66	-
MEDION Australia	59	19
MEDION UK	19	83
Übrige	92	81
	3.415	2.019

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

Werte in T€	01.01.2010	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Währungskurs- differenzen	31.12.2010
Ausstehende Rechnungen	128.577	114.372	316	77.415	7	91.311
Gewährleistungen	55.255	17.214	0	23.569	0	61.610
Personal	4.960	4.012	539	5.592	31	6.032
Übrige Rückstellungen	1.778	876	77	1.327	4	2.156
	190.570	136.474	932	107.903	42	161.109

Die **Rückstellungen für ausstehende Rechnungen** umfassen im Wesentlichen Risiken aus Lizenzabgaben, Retouren und Bonusvereinbarungen für den Zeitraum bis 2010, die in Folgejahren zu Mittelabflüssen führen. Darüber hinaus sind mögliche Ansprüche für geltend gemachte Lizenzansprüche und für noch zu leistende Urheberrechtsabgaben aufgrund geführter Vergleichsverhandlungen enthalten. Einzelheiten sind im Abschnitt 5.8.5 „Risikobericht Recht“ im zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht dargestellt. Auf betragsmäßige Quantifizierungen wird in Übereinstimmung mit IAS 37.92 verzichtet.

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 Rückstellungen werden anhand einer pauschalen Berechnungsmethode in Abhängigkeit zum jeweiligen garantiebehafteten Umsatz eines Jahres ermittelt. Dabei werden Annahmen über die zukünftige Entwicklung der Servicekosten berücksichtigt. Die Berechnungsmethode sowie die Schätzparameter wurden im Berichtsjahr unverändert fortgeführt. Die Rückstellung wird entsprechend den Garantiezeiträumen zu Auszahlungen führen.

In den **Personalrückstellungen** sind ausstehende Belastungen aus Urlaubsverpflichtungen, Tantiemen und Sonderzahlungen an Vorstand und Mitarbeiter sowie Beiträge zur Berufsgenossenschaft enthalten. Die Rückstellungen werden voraussichtlich im folgenden Jahr zu Auszahlungen führen.

Die **übrigen Rückstellungen** umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für Abschlusskosten, Rechts- und Beratungskosten und Aufsichtsratsvergütungen, die auch voraussichtlich im folgenden Jahr zu Auszahlungen führen werden.

Entsorgung von Elektro- und Elektronik-Altgeräten

Der Konzern stellt elektronische Geräte her, die in den Anwendungsbereich der EU-Richtlinie über Elektro- und Elektronik-Altgeräte fallen. Die Richtlinie unterscheidet zwischen der Entsorgung von Geräten, die vor dem Zeitpunkt der Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht an private Haushalte verkauft wurden (historische Altgeräte), und der Entsorgung von Geräten, die nach dem Zeitpunkt der Umsetzung der Richtlinie an private Haushalte verkauft wurden (neue Altgeräte).

Eine Rückstellung für die Entsorgung neuer Altgeräte wird erfasst, wenn Geräte im Sinne der EU-Richtlinie verkauft und der Entsorgungsaufwand verlässlich bemessen werden kann. Die Rückstellung wird aufgelöst, wenn die Entsorgungsverpflichtung erlischt, erfüllt oder übertragen wird. Der Entsorgungsaufwand für neue Altgeräte ist unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.

Für Geräte, die nicht an private Haushalte verkauft werden, wird eine Rückstellung dann erfasst, wenn der Konzern die Verpflichtung zur Entsorgung dieser Geräte übernimmt. Der Entsorgungsaufwand wird dann in Abhängigkeit des Einzelfalls unter sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.

(16) Die sonstigen kurz- und langfristigen Schulden setzen sich wie folgt zusammen:

Werte in T€	gesamt	davon kurzfristig	gesamt	davon kurzfristig
	31.12.2010		31.12.2009	
a) Finanzielle Verbindlichkeiten				
Verbindlichkeiten ABS-Transaktionen	2.157	2.157	2.200	2.200
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	571	571	588	588
Übrige	311	311	2.586	2.586
	3.039	3.039	5.374	5.374
b) Übrige Verbindlichkeiten				
Steuerverbindlichkeiten	6.509	6.509	2.165	2.165
Verbindlichkeiten Sozialversicherung	110	110	126	126
Übrige	665	559	1.407	806
	7.284	7.178	3.698	3.097
	10.323	10.217	9.072	8.471

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

(17) In den **kurz- und langfristigen 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
	Cashflows 2011	
Verbindlichkeiten ABS-Transaktionen	0	2.157
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	0	571
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	311
	0	3.039

Die Liquiditätssteuerung erfolgt über das Konzern-Treasury, das die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sicherstellt. Hierfür stehen Kreditlinien im Rahmen eines so genannten Syndicated Loan sowie Vereinbarungen über Assed-Backed-Security-Transaktionen zur Verfügung. Der Syndicated-Loan-Vertrag wurde im Juni 2010 mit einem fünf Banken umfassenden Konsortium unter Führung der Deutsche Bank AG verlängert. Die Vertragslaufzeit beträgt drei Jahre und endet im Juni 2013. Im November 2006 wurde ein ABS-Vertrag mit einer Zweckgesellschaft geschlossen. Die Laufzeit des Vertrages beträgt fünf Jahre und endet im Oktober 2011.

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

Werte in T€	2010	2009
Stand 1. Januar	2.150	1.560
Zinsaufwand	113	82
Dienstzeitaufwand	177	167
Verrechnete versicherungsmathematische Verluste (+)/Gewinne (-)	48	341
Stand 31. Dezember	2.488	2.150

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

Werte in %	2010	2009
Diskontierungssatz	5,15	5,25
Gehaltstrend	- 1)	- 1)
Rententrend	1,50	1,50

¹⁾ Der Gehaltstrend ist ab 2008 nicht mehr relevant, da die absolute Obergrenze der Anwartschaft überschritten ist.

Bei einem um 1 %-Punkt höheren (niedrigeren) Diskontierungssatz ergäbe sich eine um T€ 463 niedrigere (T€ 603 höhere) Rückstellung.

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

Der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO) hat sich wie folgt entwickelt:

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006
Verpflichtungsbarwert	2.488	2.150	1.560	2.084	2.308

(19) Kategorien der Finanzinstrumente nach IFRS 7

Zum 31. Dezember 2010 werden folgende Buchwerte nach Bewertungskategorien ausgewiesen:

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
a) Kredite und Forderungen	438.870	463.033
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	0	72
e) Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu Restwerten bewertet werden	141.570	149.527
f) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	0	0

Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Kategorien (Classes) und Überleitung auf Bilanzposten	Werte in T€	Bewertungs- kategorie IAS 39	Buchwert	fortgeführte An- schaffungskosten/ Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral
			31.12.2010	Wertansatz nach IAS 39	
Aktiva					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		a)	123.136	123.136	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		a)	262.577	262.577	
Sonstige kurz- und langfristige Vermögenswerte					
Kredite und Forderungen		a)	43.157	43.157	
Wertpapiere		a) (2009: d))	10.000	10.000	
Derivate finanzielle Vermögensgegenstände mit Hedge-Beziehungen		-	3.563		3.563
Finanzinstrumente, die nicht in den Anwendungsbereich von IFRS 7 fallen		-	113		
			442.546	438.870	3.563
Passiva					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		e)	139.102	139.102	
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten mit Hedge-Beziehungen		-	571		571
Verbindlichkeiten aus ABS-Transaktionen		e)	2.157	2.157	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		e)	311	311	
Verbindlichkeiten aus Finance-Lease		-	0		
			142.141	141.570	571

Konzernanhang der MEDION AG

183 |

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

Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2010	Buchwert 31.12.2009	fortgeführte An- schaffungskosten/ Nominalwert	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Wertansatz IAS 17	Fair Value 31.12.2009
				Wertansatz nach IAS 39				
		123.136	224.300	224.300				224.300
		262.577	219.068	219.068				219.068
		43.157	19.665	19.665				19.665
		10.000	72			72		72
		3.563	3.582		3.582			3.582
		113	512					512
0	0	442.546	467.199	463.033	3.582	72	0	467.199
		139.102	144.741	144.741				144.741
		571	588		588			588
		2.157	2.200	2.200				2.200
		311	2.586	2.586				2.586
		0	0					0
0	0	142.141	150.115	149.527	588	0	0	150.115

(20) 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 44.612.442 Aktien (31. Dezember 2009: 44.560.003) im Umlauf.

In der Hauptversammlung vom 12. Mai 2006 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 im Rahmen eines genehmigten Kapitals zu erhöhen.

Die durch die Hauptversammlungen vom 11. Mai 2007 und vom 14. Mai 2008 erteilten und zuletzt durch die Hauptversammlung vom 15. Mai 2009 bis zum 12. November 2010 befristete Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien gem. § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG bis zu 10 % des Grundkapitals ist teilweise wie folgt ausgenutzt:

Rückkaufprogramm	Anzahl der Aktien/Betrag des Grundkapitals (€)	Anschaffungskosten (€)	Anteil des Grundkapitals	Zeitpunkt des Erwerbs	Gründe des Erwerbs: Hauptversammlungsbeschluss vom
I	1.670.551	25.788.127	3,45 %	2007	11. Mai 2007
I	750.369	12.094.224	1,55 %	2008	11. Mai 2007
I	2.420.920	37.882.351	5,00 %		
II	484.184	3.645.833	1,00 %	2008	14. Mai 2008
III	264.000	1.496.018	0,55 %	2008	14. Mai 2008
III	704.368	4.213.491	1,45 %	2009	14. Mai 2008
III	968.368	5.709.509	2,00 %		
	3.873.472	47.237.693	8,00 %		

Das erste Rückkaufprogramm wurde vom 5. Juli 2007 bis 21. Februar 2008 ausgeübt. Im Rahmen des zweiten Rückkaufprogramms wurden Anteile in der Zeit vom 23. September bis 13. November 2008 erworben. Das dritte Rückkaufprogramm wurde in der Zeit vom 4. Dezember 2008 bis 12. März 2009 durchgeführt.

Die im Rahmen der drei Rückkaufprogramme erworbenen 3.873.472 eigenen Anteile wurden bis zum 31. Dezember 2010 im Rahmen der aktienbasierten Vergütung wie folgt verwendet:

	Anzahl der Aktien/ Betrag des Grundkapitals (€)	Anschaffungskosten (T€)	% vom Grundkapital
Stand 1. Januar 2009	3.169.104	43.024	6,55 %
Erwerb eigener Anteile	704.368	4.213	1,45 %
Abgang eigener Anteile	-15.075	-97	-0,03 %
Stand 1. Januar 2010	3.858.397	47.140	7,97 %
Abgang eigener Anteile	-52.439	-337	-0,11 %
Stand 31. Dezember 2010	3.805.958	46.803	7,86 %

Aus der Verwendung eigener Anteile in Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungen resultierte ein Erlös in Höhe von T€ 502.

Um auch in Zukunft in der Lage zu sein, eigene Aktien zu erwerben, wurde der Vorstand gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG von der Hauptversammlung am 26. Mai 2010 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 25. Mai 2015 eigene Aktien bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausübung der vorliegenden Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu jedem zulässigen Zweck im Rahmen der gesetzlichen Beschränkungen nach Maßgabe festgelegter Bestimmungen zu erwerben.

Der Vorstand wurde weiterhin ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates unter festgelegten Bestimmungen die aufgrund dieser oder früherer Ermächtigungen erworbenen eigenen Aktien unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in anderer Weise als über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre wieder zu veräußern oder auch als Gegenleistung an Dritte im Rahmen des Erwerbs von oder des Zusammenschlusses mit Unternehmen oder des Erwerbs von Beteiligungen an Unternehmen zu übertragen sowie Aktien, die aufgrund dieser Ermächtigung erworben werden, ganz oder in Teilen einzuziehen, ohne dass die Einziehung oder ihre Durchführung eines weiteren Hauptversammlungsbeschlusses bedarf. Der Vorstand kann auch bestimmen, dass das Grundkapital durch die Einziehung nicht herabgesetzt wird, sondern sich der Anteil der übrigen Aktien am Grundkapital gemäß § 8 Abs. 3 AktG erhöht. Der Vorstand ist in diesem Fall ermächtigt, die Angabe der Zahl der Aktien in der Satzung anzupassen.

Der Aufsichtsrat wurde unter festgelegten Voraussetzungen ermächtigt, von der Gesellschaft erworbene Aktien Mitgliedern des Vorstandes der Gesellschaft als Vergütung in Form einer Aktientantieme zu übertragen. Der Vorstand wurde ferner ermächtigt, die erworbenen eigenen Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrates an Mitarbeiter auszugeben.

In Ergänzung wurde die Gesellschaft ermächtigt, unter festgelegten Bedingungen eigene Aktien auch unter Einsatz von Eigenkapitalderivaten zu erwerben. Dadurch soll das Volumen an Aktien, das insgesamt erworben werden darf, nicht erhöht werden; es wird lediglich eine weitere Handlungsalternative zum Erwerb eigener Aktien eröffnet.

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.

Im Geschäftsjahr wurde aus dem Eigenkapital eine Ausschüttung in Höhe von T€ 8.922, basierend auf einer Dividende von € 0,20 je gewinnberechtigter Aktie am Tag nach der Hauptversammlung, d. h. am 27. Mai 2010, geleistet.

Daneben haben T€ 769 **Währungsumrechnungsdifferenzen** das Eigenkapital verringert (Vorjahr: T€ 1.016). Sie resultieren im Wesentlichen aus den Tochtergesellschaften in den USA und Großbritannien.

Für die **Entwicklung des Konzerneigenkapitals** verweisen wir auf die Seite 146 dieses Berichtes.

8.3.1 Angaben zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt gemäß IAS 7, wie sich Zahlungsmittel und -äquivalente 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 Zahlungsmittel bzw. -äquivalente in Form von Schecks, Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten sowie jederzeit liquidierbaren Wertpapieren.

8.3.2 Segmentberichterstattung

Nach IFRS 8 ist über die wirtschaftliche Lage der Segmente nach dem so genannten Management-Approach zu berichten. Berichtspflichtig sind demnach nur diejenigen operativen Segmente, die Komponenten eines Unternehmens darstellen, für die getrennte Finanzinformationen verfügbar sind und die regelmäßig aufgrund der internen Berichterstattung durch die Hauptentscheidungsträger überprüft werden.

Der MEDION Konzern berichtet daher gemäß der internen Unternehmenssteuerung nach den Segmenten Projektgeschäft und Direktgeschäft. Das Segment Projektgeschäft bündelt alle Geschäfte der modernen Konsumelektronik mit den international aufgestellten großen Handelsketten aus den Produktgruppen PC/Multimedia und Unterhaltungselektronik. Das Direktgeschäft beschreibt das Dienstleistungsgeschäft mit Endkonsumenten sowie den Online-Handel. Als „Überleitung Konzern“ werden alle Konsolidierungseffekte und sonstige Erträge und Aufwendungen ausgewiesen, sofern sie den Segmenten nicht direkt zuordenbar sind.

Die Segmentberichterstattung erfolgt nach folgenden Grundsätzen:

- Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die der Gewinnung der Segmentinformationen zugrunde gelegt wurden, entsprechen grundsätzlich den Bilanzierungsregeln des Konzernabschlusses.
- Konzerninterne Transaktionen zwischen den Segmenten lagen im Berichtsjahr nicht vor.
- Für die interne Steuerung des MEDION-Konzerns ist der Vorstand verantwortlich. Das entscheidende Maß für die Ertragskraft der einzelnen Segmente der MEDION-Gruppe sowie für die Erfolgsbeurteilung und die Ressourcenallokation ist der EBIT.

- Die Umsätze werden den Segmenten zugewiesen, in denen die Umsatzerlöse realisiert werden.
- Der Segment-Cashflow ermittelt sich auf Basis der jeweiligen Segmentbetriebsergebnisse zuzüglich der Segmentabschreibungen sowie der zahlungsunwirksamen Aufwendungen.
- Das Segmentvermögen umfasst die Aktiva, die zur Erwirtschaftung des Betriebsergebnisses des jeweiligen Segments eingesetzt werden. Die Segmentschulden ergeben sich aus dem jeweiligen zugehörigen Fremdkapital. Konzerninterne Vermögens- und Schuldposten werden in der Spalte „Überleitung Konzern“ dargestellt.
- 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 147 zu entnehmen.

Die Erlöse mit externen Kunden nach Regionen sind in den Erläuterungen zu den Umsatzerlösen dargestellt.

Gemäß IFRS 8.34 hat MEDION Informationen über den Grad seiner Abhängigkeit von seinen wichtigen Kunden vorzulegen.

MEDION unterhält Geschäftsbeziehungen zu wichtigen Kunden, die für die Geschäftsentwicklung von MEDION wesentlich sind und die bei Wegfall einzelner solcher Kundenbeziehungen zu signifikanten Umsatzveränderungen und entsprechenden nachteiligen Auswirkungen für die weitere Geschäftsentwicklung von MEDION führen können. Derzeit ist nicht ersichtlich, dass wichtige Kunden ihre Geschäftsverbindung zu MEDION lösen werden.

Da eine quantitative Aufgliederung der Umsätze für wichtige Kunden nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung geeignet ist, dem Unternehmen einen erheblichen Nachteil zuzufügen, hat sich der Vorstand im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat dazu entschlossen, eine solche Aufgliederung der Umsatzerlöse zu unterlassen und die in der Folge insoweit zwangsläufige Einschränkung des Bestätigungsvermerks hinsichtlich der Angabe der Umsätze mit wichtigen Kunden im Sinne von IFRS 8.34 hinzunehmen.

8.3.3 Ergebnis je Aktie

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 erhöhte sich aufgrund der Zuteilung im Rahmen aktienbasierter Vergütungen und beträgt für das Geschäftsjahr 2010 44.599.210 Stück.

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

	2010	2009
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien	44.599.210	44.495.714
Konzernergebnis (T€)	18.878	14.155
Ergebnis je Aktie (unverwässert, in €)	0,42	0,32
Ergebnis je Aktie (verwässert, in €)	0,42	0,32

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€	2010	2009	2010	2009	2010	2009
	≤ 1 Jahr		1 Jahr < x ≤ 5 Jahre		> 5 Jahre	
Geschäfts- und Lagerräume	721	628	1.049	965	470	0
Operating-Leasingverhältnisse	524	521	552	377	0	0
	1.245	1.149	1.601	1.342	470	0

8.3.5 Risikomanagement und Finanzderivate

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€ 262.577 (Vorjahr: T€ 219.068) wiedergegeben. Die Reduktion des Risikos erfolgt bei der MEDION AG grundsätzlich durch die Konzentration auf Kunden mit A-Bonität. Kunden, die nicht in diese Kategorien fallen, sind von untergeordneter Bedeutung und werden in der Regel kreditversichert. Für Kundenforderungen, die im Rahmen von ABS-Transaktionen veräußert werden, besteht ein maximales Ausfallrisiko von 3 %. 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 Erläuterung des Liquiditätsmanagements sowie eine Analyse der Fälligkeiten der finanziellen Verbindlichkeiten sind unter Punkt (17) erfolgt.

3. Marktrisiken | Währungsrisiken

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

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
	USD		GBP		Übrige	
Zahlungsmittel	706	109	592	1.108	4.384	1.531
Forderungen	22.444	14.339	4.093	3.985	1.072	1.212
Verbindlichkeiten	-75.585	-67.761	-356	-674	-368	-663
Saldo	-52.435	-53.313	4.329	4.419	5.088	2.080

Die zum Abschlussstichtag zur Absicherung von Währungsrisiken abgeschlossenen **Devisentermingeschäfte** haben ein Nominalvolumen von rd. USD 184,0 Mio. Aus der Kursentwicklung resultierten zum Abschlussstichtag sowohl negative als auch positive Marktwerte. In Höhe von T€ -571 wurden die negativen Marktwerte in den sonstigen Verbindlichkeiten und mit T€ 3.563 wurden die positiven Marktwerte in den sonstigen Vermögensgegenständen ausgewiesen. Da die Devisentermingeschäfte der Absicherung der USD-Zahlungsströme im ersten Quartal 2011 dienen und somit als Cashflow-Hedge designiert wurden, erfolgte die Gegenbuchung der gesamten Marktwertänderungen von T€ 2.082 erfolgsneutral im Eigenkapital als Bewertungsrücklage. Auf die Bewertungsrücklage wurden passive latente Steuern von T€ 658 gebildet. Der erfolgsneutralen Bewertungsrücklage stehen entsprechende, zum Abschlussstichtag noch nicht bilanzwirksam gewordene Währungsgewinne/-verluste aus den zugehörigen schwebenden Einkaufskontrakten gegenüber.

	Nominalwert TUSD	Marktwert T€	Nominalwert TUSD	Marktwert T€
	31.12.2010		31.12.2009	
Währungsbezogene Geschäfte				
Devisentermingeschäfte in USD	184.000	2.993	265.000	2.994
Davon erfolgsneutral im Eigenkapital verrechnet (brutto)		2.082		2.230
Abzüglich latenter Steuern		-658		-705
Cashflow-Hedges		1.424		1.525
Davon erfolgswirksam verrechnet (+ = Ertrag/- = Aufwand)		911		764

Der Marktwert wird aus dem Devisenmittelkurs vom Abschlussstichtag abgeleitet. Daneben schließt die Gesellschaft auch Stop-Loss-Orders zur Wechselkursicherung 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.

Aufgrund der Devisentermingeschäfte ergeben sich grundsätzlich bei Währungskursänderungen keine Auswirkungen auf das Ergebnis. Währungskursänderungen haben daher lediglich Auswirkungen auf die Bewertungsrücklage im Eigenkapital. Wenn der US-Dollar gegenüber dem Euro zum 31. Dezember 2010 um 10 % abgewertet (aufgewertet) gewesen wäre, hätte die Bewertungsrücklage einen um T€ 5.195 verminderten (um T€ 2.973 erhöhten) Wert.

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.

4. Marktrisiken | Zinsrisiken

Mit Zinsrisiko wird das Risiko beschrieben, dass der beizulegende Zeitwert oder künftige Cashflows eines Finanzinstruments 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. Soweit vorhandene liquide Mittel als kurzfristige Festgeldanlagen mit fix verhandelten Zinssätzen gehalten werden, unterliegen diese damit keinem Zinsrisiko.

Darüber hinaus sind Geldanlagen auch zu Vereinbarungen angelegt, die variable Zinskomponenten enthalten. Zinsänderungsrisiken, insbesondere Zinsminderungsrisiken, sind hierbei jedoch von untergeordneter Bedeutung.

5. 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 2010 hat die MEDION AG keine Bestände an Aktien. Eigene Anteile sind keine Finanzinstrumente in diesem Sinn, da IAS 32.11 ausdrücklich auf Eigenkapitalinstrumente anderer Unternehmen abstellt.

8.3.6 Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Bis zum 24. Februar 2011 (Freigabe des Abschlusses durch den Vorstand an den Aufsichtsrat) ergaben sich keine nennenswerten Ereignisse.

8.3.7 Nahe stehende Unternehmen und Personen

Name und Sitz	Stammkapital zum 31.12.2010	Prozentsatz der Beteiligung	Jahres- ergebnis in T€
1. Allgemeine Multimedia Service GmbH, Essen	€ 25.000	100,0 %	268
2. MEDION Service GmbH, Essen	€ 25.000	100,0 %	86
3. MEDION FRANCE S.A.R.L., Villaines sous Malicorne, Frankreich	€ 150.000	100,0 %	-48
4. MEDION ELECTRONICS LIMITED, Swindon, United Kingdom	GBP 400.000	100,0 %	191
5. MEDION NORDIC A/S, Glostrup, Dänemark	DKK 500.000	100,0 %	248
6. MEDION AUSTRIA GmbH, Wels, Österreich	€ 50.000	100,0 %	222
7. MEDION B.V., Panningen, Niederlande	€ 650.000	100,0 %	651
8. MEDION IBERIA, S.L., Madrid, Spanien	€ 5.000	100,0 %	115
9. MEDION SCHWEIZ ELECTRONICS AG, Wettingen, Schweiz	CHF 100.000	100,0 %	308
10. MEDION USA Inc., Delaware, USA	USD 10.100.000	100,0 %	-144
11. MEDION AUSTRALIA PTY LTD., Sydney, Australien	AUD 10.000	100,0 %	196
12. MEDION Elektronika d.o.o., Ljubljana, Slowenien	SIT 2.100.000 = € 8.763	100,0 %	6
13. MEDION International (Far East) Ltd., Hongkong, China	HKD 10.000	100,0 %	nicht operativ
14. LIFETEC International Ltd., Hongkong, China	HKD 10.000	100,0 %	nicht operativ
15. MEDION Asia Pacific Ltd., Hongkong, China	HKD 1.000.000	100,0 %	nicht operativ
16. Doctor Mobile Inc., Tortola, British Virgin Islands	*	20,0 %	

* Die Gesellschaft wurde im 3. Quartal 2010 liquidiert

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/Verbind- lichkeit (-) (brutto)
	2010	31.12.2010
MEDION Unterhaltungsmedien GmbH & Co. KG, Essen		
Warenlieferungen		
von MEDION AG	7.954.982,39	1.741.370,77
an MEDION AG	-568.570,12	-6.827,07
Dienstleistungen		
von MEDION AG	45.672,10	
an MEDION AG	-31.499,66	
Mietverträge	84.750,25	
Lifetec Electronics GmbH, Essen		
Warenlieferungen	1.241.925,58	1.911.898,44
Provisionsvertrag	30.677,52	
MEDION Brachmann oHG, Essen		
Lizenzvertrag	6.135,52	

8.3.8 Vorstand

Im Berichtszeitraum gehörten folgende Herren dem Vorstand an:

Kaufmann Gerd Brachmann, Essen (Vorsitzender des Vorstandes)

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

Die Gesamtbezüge der Vorstandsmitglieder, die im Berichtsjahr erfolgswirksam erfasst wurden, beliefen sich im Berichtsjahr ohne die Veränderung der Pensionsrückstellungen (T€ 338; Vorjahr: T€ 590) auf insgesamt T€ 2.408 (Vorjahr: T€ 2.617). Die Angaben über die Grundzüge des Vergütungssystems sowie die Darstellung der individualisierten Angaben der Vorstandsbezüge gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6a S. 5–8 HGB sind im Vergütungsbericht im zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht dargestellt, auf den verwiesen wird.

Der Vorstand hielt zum 31. Dezember 2010 26.641.532 Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Gerd Brachmann 26.597.844 Stück, Christian Eigen 43.688 Stück. Zum 31. Dezember 2009 betrug die Zahl der Aktien 26.599.093. Davon befanden sich 26.573.393 im Besitz von Gerd Brachmann und 25.700 Stück wurden von Christian Eigen gehalten.

Der Vorstandsbesitz hat sich für Gerd Brachmann um Stück 24.451 Aktien im März 2010 und für Christian Eigen um Stück 22.988 Aktien im März 2010 aufgrund der Zuteilung im Rahmen der erfolgsabhängigen Tantieme der Vorstandsvergütung (Einzelheiten dazu im Vergütungsbericht im zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht) erhöht. Für die zugeteilten Aktien gelten zweijährige Sperrfristen sowie weitere Bedingungen für den Verkauf bzw. die Übertragung. Am 9. April 2010 hat Herr Christian Eigen 5.000 Stück MEDION-Aktien verkauft. Bei vorgenanntem Verkauf von MEDION-Aktien handelte es sich um keine Stücke aus dem Aktienoptionsprogramm für den Vorstand als Teil der variablen Vergütung.

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 Stütze, Essen (Vorsitzender), Rechtsanwalt
(Ehem. Managing Director der Deutsche Bank AG, Global Banking, Frankfurt am Main)

Carl Spaeter GmbH, Duisburg – stellv. Vorsitzender des Aufsichtsrates

Dr. Hans-Georg Vater, Essen (stellv. Vorsitzender), Kaufmann
(Ehem. Mitglied des Vorstandes der HOCHTIEF AG, Essen)

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

HAPIMAG AG, Baar, Schweiz – Mitglied des Verwaltungsrates

OWA Odenwald Faserplattenwerk GmbH, Amorbach – Mitglied des Beirates

Dematic Holding S.à.r.l., Luxemburg, Luxemburg – Mitglied des Board of Directors

Klöckner & Co SE, Duisburg – Mitglied des Aufsichtsrates

Universitätsklinikum Essen, Essen – Mitglied des Aufsichtsrates

HOCHTIEF Concessions AG, Essen – Mitglied des Aufsichtsrates
(bis 13. April 2010)

Helmut Julius, Bottrop-Kirchhellen, Kaufmann
(Ehem. Mitglied des Vorstandes der 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€ 61 (Vorjahr: T€ 73). Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr wurden Aufwandsentschädigungen gezahlt.

Der Aufsichtsrat hielt zum 31. Dezember 2010 unverändert zum Vorjahr 3.160 Aktien. Die Anzahl verteilte sich dabei wie folgt: Dr. Rudolf Stützle 160 Stück, Dr. Hans-Georg Vater 1.000 Stück, Helmut Julius 2.000 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 zusammengefassten Konzernlageberichtes und Lageberichtes ist, dargestellt, auf den verwiesen wird.

8.3.10 Corporate Governance – Angabe gemäß § 161 AktG

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 26. Mai 2010.

Am 1. Dezember 2010 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 Vorschlag für die Verwendung des Bilanzgewinns

Vorstand und Aufsichtsrat der MEDION AG schlagen für das Geschäftsjahr 2010 folgende Verwendung des Bilanzgewinns der MEDION AG gemäß dem Einzelabschluss vor:

- Zahlung einer Dividende von € 0,23 pro Aktie (Vorjahr: € 0,20)	T€ 10.260
- Einstellung in die Gewinnrücklagen	T€ 11.067
	<u>T€ 21.327</u>

Essen, 24. Februar 2011

MEDION AG

Gerd Brachmann

Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen

Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

Erklärung nach §§ 297 Abs. 2 Satz 4 sowie 315 Abs. 1 Satz 6 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 zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht 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.“

Essen, 24. Februar 2011

MEDION AG

Gerd Brachmann

Vorsitzender des Vorstandes

Christian Eigen

Stellv. Vorsitzender des Vorstandes

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der MEDION AG, Essen, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Konzernlagebericht und Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 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 Konzernlageberichts und Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat mit Ausnahme der folgenden Einschränkung zu keinen Einwendungen geführt: Die MEDION AG hat im Anhang lediglich qualitative Angaben zu wichtigen Kunden gegeben, jedoch mit Hinweis auf die nach Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Unternehmen zu erwartenden erheblichen Nachteile entgegen IFRS 8.34 die Gesamtbeträge der Umsatzerlöse mit externen Kunden, die sich jeweils auf mindestens 10 % der Umsatzerlöse des Unternehmens belaufen, nicht angegeben.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss mit der genannten Einschränkung 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, 24. Februar 2011

MÄRKISCHE REVISION GMBH
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Hans-Henning Schäfer
Wirtschaftsprüfer

ppa. Peter Bonk
Wirtschaftsprüfer

10 Einzelabschluss der MEDION AG

10.1	Gewinn- und Verlustrechnung	_____	203
10.2	Bilanz	_____	204

Einzelabschluss der MEDION AG

203 |

10.1 Gewinn- und Verlustrechnung

Werte in T€	2010	2009
1. Umsatzerlöse	1.632.023	1.402.614
2. Sonstige betriebliche Erträge	4.780	8.678
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für bezogene Waren	1.432.868	1.231.450
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	18.832	15.938
	1.451.700	1.247.388
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	24.047	23.499
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	3.594	3.452
	27.641	26.951
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	4.227	4.262
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	128.719	111.381
7. Erträge aus Beteiligungen	0	3.985
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.925	4.819
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens	74	112
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	2.418	1.622
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	25.949	28.380
12. Außerordentliche Aufwendungen	170	0
13. Außerordentliches Ergebnis	-170	0
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (davon latente Steuern: T€ -95)	4.288	3.043
15. Sonstige Steuern	164	212
	4.452	3.255
16. Jahresüberschuss	21.327	25.125
17. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	25.125	30.725
18. Ausschüttungen	8.922	6.682
19. Einstellung in andere Gewinnrücklagen	16.203	24.043
20. Bilanzgewinn	21.327	25.125

Einzelabschluss der MEDION AG

204 |

10.2 Bilanz

Aktiva

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. Gewerbliche Schutzrechte	850	762
2. EDV-Software	2.233	2.130
3. Geleistete Anzahlungen	0	144
	3.083	3.036
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke und Bauten	25.402	25.319
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.518	4.107
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	342	351
	30.262	29.777
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	3.906	3.906
2. Beteiligungen	0	399
	3.906	4.305
	37.251	37.118
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
Waren	199.349	188.868
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	261.255	218.190
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	721	895
3. Sonstige Vermögensgegenstände	49.263	57.829
	311.239	276.914
III. Wertpapiere		
1. Eigene Anteile	0	27.075
2. Sonstige Wertpapiere	34.910	25.035
	34.910	52.110
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	91.742	166.442
	637.240	684.334
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.118	1.272
D. Latente Steuern	343	294
	675.952	723.018

Einzelabschluss der MEDION AG

205 |

10.2 Bilanz

Passiva

Werte in T€	31.12.2010	31.12.2009
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital		
1. Grundkapital	48.418	48.418
2. Nennbetrag erworbener eigener Aktien	3.806	0
	44.612	48.418
- davon auf Stammaktien entfallend: T€ 48.418		
- Genehmigtes Kapital: T€ 24.000 (Vorjahr: T€ 24.000)		
II. Kapitalrücklage	138.488	138.324
III. Gewinnrücklagen		
1. Rücklage für eigene Aktien	0	27.075
2. Andere Gewinnrücklagen	158.561	138.215
	158.561	165.290
IV. Bilanzgewinn	21.327	25.125
	362.988	377.157
B. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen	2.488	1.980
2. Steuerrückstellungen	2.220	1.075
3. Sonstige Rückstellungen	158.507	188.738
	163.215	191.793
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	137.347	142.798
2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	3.607	4.161
3. Sonstige Verbindlichkeiten	8.130	5.703
	149.084	152.662
D. Rechnungsabgrenzungsposten	665	1.406
	675.952	723.018

11 Finanzkalender

11. Mai 2011	Zwischenbericht zum 31. März 2011
18. Mai 2011	Hauptversammlung, Essen
11. August 2011	Halbjahresbericht zum 30. Juni 2011
10. November 2011	Zwischenbericht zum 30. September 2011
März 2012	Geschäftsbericht 2011
März 2012	Analystenkonferenz
30. Mai 2012	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: Horst Müller, Büro für Gestaltung 44793 Bochum
Druck: Druckpartner GmbH 45307 Essen

© 2011 MEDION AG Essen

MEDION®

www.medion.de