

6. März 2014

Hinweis: Axel Springer weist im Konzernabschluss für das abgelaufene Geschäftsjahr gemäß der IFRS-Bilanzierungsregeln die fortgeführten Aktivitäten aus. Die Kennzahlen enthalten somit nicht mehr die Aktivitäten, die Gegenstand der Transaktion mit der FUNKE MEDIENGRUPPE sind. Ebenfalls nicht enthalten sind die Aktivitäten der Ringier Axel Springer Media AG in Tschechien.

Axel Springer Bilanz 2013: Erfolgreiche Weichenstellung für beschleunigte Digitalisierung

Konzernumbau vorangetrieben / Investitionen in Bezahlangebote und digitales Portfolio / Anhaltendes Wachstum des Digitalgeschäfts in allen operativen Segmenten / EBITDA-Rendite im Konzern bei 16,2 Prozent / Vorschlag einer Dividenden-erhöhung auf EUR 1,80 je Aktie

Axel Springer hat den Umbau zum führenden digitalen Verlag im Geschäftsjahr 2013 mit Nachdruck vorangetrieben. Der Konzern investierte in erheblichem Umfang in den Ausbau von Bezahlangeboten im Internet und erweiterte sein Portfolio von Online-Angeboten durch ergänzende Akquisitionen. Mitte Dezember 2013 hat Axel Springer den Erwerb des Nachrichtensenders N24 angekündigt. Im Februar 2014 wurde der Kauf abgeschlossen. DIE WELT und N24 sollen eng miteinander verzahnt und als führendes Nachrichtenunternehmen für Qualitätsjournalismus im deutschsprachigen Raum etabliert werden. Darüber hinaus soll N24 als zentraler Bewegtbildlieferant für alle Marken des Konzerns etabliert werden. Bei den inländischen Bezahlangeboten richtete sich das Unternehmen konsequent auf die multimedialen Kernmarken BILD und DIE WELT aus. Im letzten Jahr hat Axel Springer den Verkauf der inländischen Regionalzeitungen sowie der Programm- und Frauenzeitschriften an die FUNKE MEDIENGRUPPE bekannt gegeben. Außerdem wurde vereinbart, Gemeinschaftsunternehmen für Vermarktung und Vertrieb von gedruckten und digitalen Medienangeboten zu gründen.

Seine wirtschaftlichen Ziele für das vergangene Geschäftsjahr hat der Konzern in vollem Umfang erreicht. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung daher die Zahlung einer erhöhten Dividende von EUR 1,80 je Aktie vorschlagen.

6. März 2014

Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE: „2013 war für Axel Springer ein Jahr des Wandels, des Umbruchs und des Aufbruchs. Soviel Veränderung war nie! Wir haben ein Jahr des Umbaus und erheblicher Zukunftsinvestitionen angekündigt und dafür auch ein rückläufiges Konzernergebnis in Kauf genommen. Der Aufbruch in die Zukunft des digitalen Journalismus ist uns gelungen, jetzt kommt es darauf an, dass wir in den nächsten Jahren diese Weichenstellungen und strategischen Entscheidungen auf dem Weg zum führenden digitalen Verlag mit voller Kraft umsetzen.“

Axel Springer weist im Konzernabschluss gemäß der IFRS-Bilanzierungsregeln für das abgelaufene Geschäftsjahr die fortgeführten Aktivitäten aus. Die Kennzahlen enthalten somit nicht mehr die Aktivitäten, die Gegenstand der Transaktion mit der FUNKE MEDIENGRUPPE sind. Ebenfalls nicht enthalten sind die Aktivitäten der Ringier Axel Springer Media AG in Tschechien, deren Veräußerung im Dezember 2013 bekannt gegeben wurde. Die Vergleichszahlen für das Geschäftsjahr 2012 wurden ebenfalls um diese nicht fortgeführten Aktivitäten bereinigt. Im Zuge der konsequenten Ausrichtung als digitaler Verlag hat Axel Springer zudem eine neue Segmentierung eingeführt. Der Konzern bündelt die Geschäftsaktivitäten in drei operativen Segmenten: Bezahlangebote, Vermarktungsangebote und Rubrikenangebote. Hinzu kommt das Segment Services/Holding.

Im Geschäftsjahr 2013 steigerte Axel Springer den Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten um 2,3 Prozent auf EUR 2.801,4 Mio. (Vj.: EUR 2.737,3 Mio.) und erfüllte damit seine Umsatzprognose. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte lagen die Erlöse leicht über dem Wert des Vorjahres (+ 0,2 Prozent). Zur positiven Umsatzentwicklung trug vor allem das Segment Rubrikenangebote mit einem kräftigen Umsatzzuwachs von rund 22 Prozent bei. Auch die Vermarktungsangebote legten mit einem Wachstum von 8,1 Prozent deutlich zu. Im Segment Bezahlangebote führten rückläufige Erlöse der Printmedien zu einem Umsatzrückgang von rund 3,9 Prozent.

Das um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) aus fortgeführten Aktivitäten lag erwartungsgemäß unter dem Niveau des Vorjahres. Es ging um 8,9 Prozent auf EUR 454,3 Mio. (Vj.: EUR 498,8 Mio.) zurück. Hier schlugen sich vor allem höhere Aufwendungen für den Umbau im Printgeschäft und Investitionen in die beschleunigte Digitalisierung nieder. Axel Springer erzielte trotz dieser Belastungen eine EBITDA-Rendite von 16,2 Prozent nach 18,2 Prozent im Vorjahr.

6. März 2014

Die Rubrikenangebote konnten ihre EBITDA-Rendite auf einem hohen Niveau von über 40 Prozent halten. Die EBITDA-Rendite des Segments Bezahlangebote, in dem der Großteil der zusätzlichen Aufwendungen für den Konzernumbau anfiel, lag mit 16,4 Prozent unter dem Wert des Vorjahres (19,1 Prozent). Das Segment Vermarktungsangebote hielt seine Ertragskraft mit einer EBITDA-Rendite von 14,4 Prozent stabil.

Prognose 2014: Anstieg von Umsatz und Ergebnis erwartet

Für das Geschäftsjahr 2014 rechnet der Vorstand mit einem Anstieg der Gesamterlöse im mittleren einstelligen Prozentbereich. Er geht davon aus, dass der geplante Anstieg der Werbeerlöse und der übrigen Erlöse die voraussichtlich sinkenden Vertriebslöse überkompensieren wird. Für die Segmente Bezahlangebote, Vermarktungsangebote und Rubrikenangebote wird jeweils ein Umsatzanstieg erwartet. Auf Basis eines steigenden EBITDA in den Segmenten Bezahl- und Rubrikenangebote und eines voraussichtlich stabilen EBITDA der Vermarktungsangebote strebt der Vorstand einen Anstieg des Konzern-EBITDA und des bereinigten Ergebnis je Aktie im niedrigen zweistelligen Prozentbereich an.

Digitale Medien treiben Werbeerlöse und Ergebnisentwicklung

Der Konzern wurde erneut digitaler: Die Pro-forma-Erlöse der digitalen Medien erhöhten sich um 6,7 Prozent. Ihr Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich damit von 44,6 Prozent auf 47,9 Prozent. Das EBITDA der digitalen Medien stieg um 14,1 Prozent. Damit erhöhte sich der Anteil des digitalen Geschäfts am EBITDA von 49,4 Prozent auf 61,8 Prozent.

Axel Springer erhöhte den Anteil der im Ausland erzielten Erlöse im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 41,6 Prozent (Vj.: 38,8 Prozent). Der Anstieg der Auslandserlöse um 9,6 Prozent auf EUR 1.164,4 Mio. (Vj.: EUR 1.062,7 Mio.) wurde durch die zunehmende Internationalisierung des digitalen Geschäfts getrieben.

Die Werbeerlöse des Konzerns legten um 7,1 Prozent auf EUR 1.637,8 Mio. (Vj.: EUR 1.529,4 Mio.) zu. Mehr als zwei Drittel (70 Prozent) der Werbeerlöse entfielen dabei auf die digitalen Aktivitäten von Axel Springer.

6. März 2014

Bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von EUR 229,8 Mio. – Dividendenvorschlag von EUR 1,80

Axel Springer erwirtschaftete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen bereinigten Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von EUR 229,8 Mio. (Vj.: EUR 258,6 Mio.); das auf Aktionäre des Konzerns entfallende bereinigte Ergebnis je Aktie belief sich damit auf EUR 1,81 gegenüber EUR 2,20 im Jahr zuvor. Der Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten entwickelte sich mit EUR 178,6 Mio. (Vj.: EUR 190,7 Mio.) ebenfalls rückläufig; das Ergebnis je Aktie betrug damit EUR 1,34 (Vj.: EUR 1,64). Zusammenfassend stellt sich die Entwicklung wie folgt dar (für Newsletter- und OTS-Empfänger steht diese Übersicht auch unter www.axelspringer.de/bilanz13 zur Verfügung):

EUR Mio.	2013	2012
Konzernüberschuss	243,7	275,8
davon aus fortgeführten Aktivitäten	178,6	190,7
Ergebnis je Aktie (in EUR)	1,99	2,41
davon aus fortgeführten Aktivitäten (in EUR)	1,34	1,64
Bereinigter Konzernüberschuss*	310,3	347,9
davon aus fortgeführten Aktivitäten	229,8	258,6
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in EUR)*	2,54	3,00
davon aus fortgeführten Aktivitäten (in EUR)	1,81	2,20

* Bereinigung um Sondereffekte und Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 16. April 2014 eine Dividende von EUR 1,80 (Vj.: EUR 1,70) je Aktie vorschlagen.

Neue Segmentierung: Digitalgeschäft bleibt Wachstumstreiber

Der Konzern hat die Geschäftsaktivitäten in drei operativen Segmenten gebündelt: Bezahlangebote, Vermarktungsangebote und Rubrikenangebote. Hinzu kommt das Segment Services/Holding.

Die Geschäftsmodelle des Segments **Bezahlangebote** richten sich überwiegend an zahlende Leser, die digitale Medienangebote sowie Zeitungen und Zeitschriften nutzen. Während die inländischen Angebote im Wesentlichen alle digitalen und Print-Aktivitäten der BILD- und der WELT-Gruppe beinhalten, umfasst das internationale Geschäft die Medienangebote in West- und Osteuropa. Zu diesem gehören auch die Aktivitäten der Ringier Axel Springer Media AG. Bei den digitalen

6. März 2014

Bezahlangeboten im Inland lag der Fokus im abgelaufenen Geschäftsjahr auf der Gewinnung zahlender Abonnenten im stationären und mobilen Internet. Mit 47.000 zahlenden Digital-Abonnenten der WELT (Stand: Juni 2013) und 152.000 bei BILDplus (Stand: Anfang Dezember 2013), dem digitalen Bezahlmodell der BILD, erzielte Axel Springer hier nach jeweils einem halben Jahr bereits erste Erfolge. Darüber hinaus baute Axel Springer die digitale Präsenz der Marke BILD durch die im August 2013 gestartete Bundesliga-Berichterstattung „BUNDESLIGA bei BILD“ und strategische Partnerschaften weiter aus. Im Dezember 2013 unterzeichnete Axel Springer zudem einen Kaufvertrag über 100 Prozent der Anteile an der N24 Media GmbH. Der Kauf wurde im Februar 2014 nach Erhalt der kartell- und medienrechtlichen Genehmigung vollzogen. Gemeinsam sollen N24 und die WELT-Gruppe als führendes multimediales Nachrichtenunternehmen für Qualitätsjournalismus im deutschsprachigen Raum etabliert werden.

Der Umsatz im Segment Bezahlangebote belief sich im Berichtsjahr auf EUR 1.521,5 Mio. und lag damit um 3,9 Prozent unter dem Vorjahr (EUR 1.582,9 Mio.). Bereinigt um Konsolidierungseffekte verringerte er sich um 5,3 Prozent. Die Vertriebs Erlöse verzeichneten einen Rückgang um 6,8 Prozent auf EUR 759,1 Mio. (Vj.: EUR 814,7 Mio.). Ursächlich hierfür waren sowohl marktbedingte Auflagenrückgänge bei den nationalen und internationalen Printpublikationen als auch Konsolidierungseffekte aus dem Verkauf von Zeitschriftentiteln in Frankreich. Konsolidierungsbereinigt verminderten sich die Vertriebs Erlöse um 5,1 Prozent. Die Werbeerlöse gingen um 1,8 Prozent auf EUR 664,0 Mio. (Vj.: EUR 675,8 Mio.) zurück, konsolidierungsbereinigt um 7,7 Prozent. Das EBITDA des Segments belief sich auf EUR 250,1 Mio. nach EUR 301,8 Mio. im Vorjahr. Hierzu trugen neben dem Umsatzrückgang vor allem der erwartete Anstieg der Restrukturierungsaufwendungen im inländischen Zeitungsgeschäft und höhere Aufwendungen für die Digitalisierung bei. Dagegen wirkte sich die Konsolidierung des polnischen Online-Portals Onet.pl positiv aus. Die EBITDA-Rendite blieb mit 16,4 Prozent (Vj.: 19,1 Prozent) trotz der zusätzlichen Aufwendungen für die digitale Transformation auf einem hohen Niveau.

Im Segment **Vermarktungsangebote** sind sämtliche Geschäftsmodelle zusammengefasst, deren Erlöse überwiegend durch Werbekunden in der reichweitenbasierten und performancebasierten Vermarktung generiert werden. Während zu den reichweitenbasierten Angeboten digitale Geschäftsmodelle wie z. B. aufeminin.com, idealo, kaufDA und Smarthouse gehören, umfasst das Performance Marketing die Aktivitäten der zanox-Gruppe.

6. März 2014

Das Segment Vermarktungsangebote steigerte den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 8,1 Prozent auf EUR 716,5 Mio. (Vj.: EUR 662,8 Mio.). Wesentlich hierfür war ein Anstieg der Werbeerlöse um 8,6 Prozent auf EUR 592,0 Mio. (Vj.: EUR 545,3 Mio.), die insbesondere durch eine erfreuliche Entwicklung von idealo im Bereich der Reichweitenvermarktung zulegten. Die übrigen Erlöse verzeichneten einen Zuwachs von 5,9 Prozent auf EUR 124,5 Mio. (Vj.: EUR 117,5 Mio.). Hierzu trug die zanox-Gruppe im Bereich Performance Marketing maßgeblich bei. Das EBITDA des Segments erhöhte sich trotz höherer Aufwendungen für den Aufbau neuer Geschäftsmodelle um 5,4 Prozent auf EUR 103,4 Mio. (Vj.: EUR 98,1 Mio.). Die EBITDA-Rendite lag mit 14,4 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau (14,8 Prozent).

Das Segment **Rubrikenangebote** beinhaltet alle Geschäftsmodelle, die ihre Erlöse überwiegend mit Stellen- und Immobilienanzeigenkunden erwirtschaften. Dies umfasst die in der Axel Springer Digital Classifieds gebündelten Online-Rubrikenportale wie SeLogger, Immonet, Immoweb.be, StepStone, Totaljobs und meinestadt.de. Mit einem Umsatzplus von 21,9 Prozent auf EUR 402,6 Mio. (Vj.: EUR 330,2 Mio.) erzielte das Segment 2013 das stärkste Wachstum. Hierzu trugen vor allem Konsolidierungseffekte durch die ganzjährige Einbeziehung von Immoweb.be, meinestadt.de und Totaljobs sowie der Neukonsolidierung der Saon-group (November 2013) bei. Bereinigt um diese Effekte belief sich der Umsatzanstieg auf 4,6 Prozent. Die Werbeerlöse erhöhten sich um 23,9 Prozent auf EUR 381,9 Mio. (Vj.: EUR 308,2 Mio.). Auch hier schlugen sich vornehmlich Konsolidierungseffekte nieder. Um diese Effekte bereinigt belief sich der Anstieg auf 5,5 Prozent. Die übrigen Erlöse lagen bei EUR 20,8 Mio. nach EUR 22,0 Mio. im Vorjahr. Das EBITDA des Segments legte deutlich um 22,6 Prozent auf EUR 163,8 Mio. (Vj.: EUR 133,6 Mio.) zu. Mit einer EBITDA-Rendite von 40,7 Prozent (Vj.: 40,5 Prozent) blieb das Segment hochprofitabel.

In der Geschäftsentwicklung des Segments **Services/Holding** schlugen sich vor allem die erwarteten höheren Restrukturierungsaufwendungen und Effekte aus der Bewertung aktienbasierter Vergütungsprogramme nieder. Entsprechend lag das EBITDA des Segments mit EUR -63,0 Mio. deutlich unter dem Wert des Vorjahres (EUR -34,8 Mio.). Der Umsatz blieb mit EUR 160,8 Mio. nahezu unverändert (Vj.: EUR 161,4 Mio.).

Der Umsatz der nicht-fortgeführten Aktivitäten ging im Berichtsjahr um 5,0 Prozent auf EUR 572,6 Mio. (Vj.: EUR 602,7 Mio.) zurück. Ihr EBITDA verminderte sich um 9,8 Prozent auf EUR 116,6 Mio. nach EUR 129,2 Mio. im Vorjahr. Hier enthalten sind die Aktivitäten, die Gegenstand der Transaktion mit der FUNKE MEDI-

6. März 2014

ENGRUPPE sind (vorbehaltlich der noch ausstehenden fusions- und kartellrechtlichen Freigaben), sowie die Aktivitäten der Ringier Axel Springer Media AG in Tschechien, deren Veräußerung im Dezember 2013 bekannt gegeben wurde.

Starke finanzielle Basis für das weitere Wachstum

Im Berichtsjahr verminderte sich der frei verfügbare Cashflow um 15,0 Prozent auf EUR 326,7 Mio. (Vj.: EUR 384,4 Mio.). Vor allem die Finanzierung der im Rahmen der Digitalisierungs- und Internationalisierungsstrategie vollzogenen Akquisitionen führten zu einer Erhöhung der Nettoverschuldung von Axel Springer von EUR 449,6 Mio. zum Jahresende 2012 auf EUR 471,3 Mio. zum 31. Dezember 2013. Noch nicht berücksichtigt sind die Erlöse aus den geplanten Titelveräußerungen an die FUNKE MEDIENGRUPPE sowie aus dem Verkauf der tschechischen Aktivitäten der Ringier Axel Springer Media AG. Der Konzern verfügte per Ende Dezember 2013 über nicht in Anspruch genommene Kreditlinien in Höhe von EUR 770,0 Mio. (Vj.: EUR 786,0 Mio.). Die zur Verfügung stehenden Mittel kann Axel Springer für allgemeine Geschäftszwecke sowie auch zur Finanzierung möglicher Akquisitionen verwenden. Die Eigenkapitalquote des Konzerns blieb mit 47,0 Prozent (Vj.: 46,9 Prozent) nahezu unverändert. Die durchschnittliche Zahl der Mitarbeiter in den fortgeführten Aktivitäten stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr, insbesondere durch den Ausbau der digitalen Aktivitäten und die Integration neu erworbener Gesellschaften, auf 12.843 (31. Dezember 2012: 12.080).

Pressekontakt:

Edda Fels

Tel: + 49 030 2591-77600

edda.fels@axelspringer.de

Diese Presseinformation (auch in englischer Sprache), die Konzern-Kennzahlen sowie der Geschäftsbericht sind unter www.axelspringer.de/bilanz13 abrufbar.