

# Quartalsfinanzbericht

*zum 30. September 2011*

# Konzern-Kennzahlen

Mio. €	3. Quartal			9 Monate		
	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Konzern</b>						
<b>Gesamterlöse</b>	<b>792,6</b>	<b>711,0</b>	<b>11,5 %</b>	<b>2.318,2</b>	<b>2.075,3</b>	<b>11,7 %</b>
<i>Anteil Erlöse Digitale Medien (pro forma)</i>	<i>30,6 %</i>	<i>26,9 %</i>		<i>29,9 %</i>	<i>26,8 %</i>	
<i>Anteil Auslandserlöse</i>	<i>32,9 %</i>	<i>29,1 %</i>		<i>32,7 %</i>	<i>26,9 %</i>	
Vertriebserlöse	320,5	310,7	3,1 %	908,9	867,0	4,8 %
Werbeerlöse	382,8	323,3	18,4 %	1.145,2	965,9	18,6 %
Übrige Erlöse	89,3	77,0	15,9 %	264,1	242,3	9,0 %
<b>EBITDA<sup>1)</sup></b>	<b>157,6</b>	<b>124,6</b>	<b>26,5 %</b>	<b>446,3</b>	<b>385,8</b>	<b>15,7 %</b>
<i>EBITDA-Rendite<sup>1)</sup></i>	<i>19,9 %</i>	<i>17,5 %</i>		<i>19,3 %</i>	<i>18,6 %</i>	
Konzernüberschuss	82,0	87,3	-6,1 %	233,2	257,6	-9,5 %
Konzernüberschuss, bereinigt <sup>2)</sup>	91,1	94,4	-3,5 %	259,5	241,0	7,7 %
<b>Segmente</b>						
<b>Erlöse</b>						
Zeitungen National	289,0	290,0	-0,3 %	854,1	874,3	-2,3 %
Zeitschriften National	119,8	111,4	7,5 %	353,1	354,4	-0,4 %
Print International	113,4	114,2	-0,7 %	350,0	268,5	30,4 %
Digitale Medien	242,6	170,4	42,4 %	677,7	504,3	34,4 %
Services/Holding	27,7	25,0	10,9 %	83,3	73,8	12,9 %
<b>EBITDA<sup>1)</sup></b>						
Zeitungen National	75,0	74,7	0,4 %	203,6	230,3	-11,6 %
Zeitschriften National	26,8	20,8	29,0 %	82,1	78,6	4,4 %
Print International	16,3	18,9	-13,3 %	56,8	34,8	63,2 %
Digitale Medien	40,5	15,8	> 100 %	111,9	56,1	99,6 %
Services/Holding	-1,1	-5,6	-	-8,1	-13,9	-
<b>Finanz- und Vermögenslage</b>						
Frei verfügbarer Cashflow <sup>3)</sup>	150,5	131,1	14,8 %	260,7	204,9	27,3 %
Investitionen <sup>4)</sup>	-20,0	-15,3	-	-83,8	-38,4	-
Bilanzsumme <sup>5)</sup>	4.112,7	3.603,2	14,1 %	4.112,7	3.603,2	14,1 %
<i>Eigenkapitalquote<sup>6)</sup></i>	<i>46,0 %</i>	<i>49,2 %</i>		<i>46,0 %</i>	<i>49,2 %</i>	
Nettoverschuldung/-liquidität <sup>5)</sup>	-446,4	79,6	-	-446,4	79,6	-
<b>Aktienbezogene Kennzahlen<sup>6)</sup></b>						
Ergebnis je Aktie <sup>7)</sup>	0,75	0,86	-12,8 %	2,11	2,71	-22,1 %
Ergebnis je Aktie, bereinigt <sup>8)</sup>	0,82	0,86	-4,2 %	2,31	2,28	1,3 %
Schlusskurs	25,93	32,32	-19,8 %	25,93	32,32	-19,8 %
Marktkapitalisierung <sup>9)</sup>	2.556,8	3.177,4	-19,5 %	2.556,8	3.177,4	-19,5 %
Streubesitz	41,1 %	40,8 %		41,1 %	40,8 %	
<b>Mitarbeiterzahl (Durchschnitt)</b>	<b>12.785</b>	<b>12.120</b>	<b>5,5 %</b>	<b>12.520</b>	<b>11.387</b>	<b>9,9 %</b>

<sup>1)</sup> Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen.

<sup>2)</sup> Bereinigt um wesentliche, nicht operative Effekte (s. Seite 9).

<sup>3)</sup> Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit abzgl. Capital Expenditures zzgl. Einzahlungen aus Abgängen von immateriellem Vermögen sowie Sachanlagen.

<sup>4)</sup> Investitionen in immaterielles Vermögen, Sachanlagen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien (Capital Expenditures).

<sup>5)</sup> Zum 30. September 2011 bzw. 31. Dezember 2010.

<sup>6)</sup> Basierend auf neuer Aktienanzahl nach Aktiensplit 1:3 im Juni 2011 (s. Seite 19).

<sup>7)</sup> Verwässert.

<sup>8)</sup> Das um wesentliche, nicht operative Effekte bereinigte Ergebnis je Aktie (verwässert) wurde auf Basis des gewichteten Durchschnitts der im Jahr 2011 ausstehenden Aktien (98,488 Mio.) ermittelt.

<sup>9)</sup> Auf Basis der ausstehenden Aktien zum Schlusskurs, ohne eigene Anteile.

# Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2011 Axel Springer Konzern

## *Geschäfts- und Ertragsentwicklung auf einen Blick*

### *Umsatz- und Ergebniswachstum*

In den ersten neun Monaten hat Axel Springer seine Wachstumsstärke und Ertragskraft erneut unter Beweis gestellt. Zum deutlichen Anstieg der Konzernumsätze um 11,7 % auf € 2.318,2 Mio. haben sowohl organisches Wachstum als auch die Konsolidierung neuer Gesellschaften – insbesondere das Joint Venture mit Ringier sowie SeLogger und buy.at – beigetragen. Konsolidierungsbereinigt stiegen die Gesamterlöse um 5,3 %.

Das EBITDA stieg um 15,7 % auf € 446,3 Mio. Das Ergebniswachstum resultierte vor allem aus der konsequenten Digitalisierung. Hinzu kamen im ersten Halbjahr die Konsolidierungseffekte aus dem Joint Venture Ringier Axel Springer Media. Im Segmentvergleich lag das EBITDA der inländischen Printsegmente Zeitungen und Zeitschriften unter Vorjahr, während es im internationalen Printgeschäft und bei den Digitalen Medien deutlich gesteigert werden konnte.

### *Entwicklung im Rahmen der Erwartungen*

Die Geschäfts- und Ertragsentwicklung von Axel Springer hat unsere mit Vorlage des Geschäftsberichts getroffenen Erwartungen im Wesentlichen erfüllt:

Der Vertriebsmarkt bei den Printmedien entwickelte sich, wie erwartet, im In- und Ausland verhalten, wobei bei den Vertriebserlösen der Zeitungen ab dem zweiten Quartal eine Stabilisierung insbesondere infolge der Preiserhöhung bei BILD einsetzte. Die Werbeerlöse konnten wir entsprechend unseren Planungen deutlich steigern (+ 18,6 % ggb. Vj.); konsolidierungs- und währungsbereinigt errechnet sich ein Anstieg um 8,4 %. Der Rückgang der Werbeerlöse bei den Zeitungen und Zeitschriften wurde dabei durch das Wachstum der Digitalen Medien und die Umsatzsteigerungen im internationalen Printgeschäft überkompensiert. Der Ergebnisanstieg um 15,7 % liegt im Rahmen der Erwartungen.

### *Prognose 2011*

Axel Springer hält im Geschäftsjahr 2011 an der Strategie mit den Eckpfeilern Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung fest.

Auch ohne weitere Zukäufe rechnen wir 2011 mit einem Anstieg der Gesamterlöse im hohen einstelligen Prozentbereich, zu dem voraussichtlich alle Erlöskategorien beitragen werden: Vertriebs-, Werbe- und übrige Erlöse. Für das EBITDA rechnen wir, ebenfalls ohne weitere Akquisitionen, mit einem Anstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr.

### *Umsetzung der Konzernstrategie*

Unsere auf profitables Wachstum ausgerichtete Strategie mit ihren drei Eckpfeilern haben wir im Berichtszeitraum konsequent umgesetzt.

### *Ausbau der Marktführerschaft*

Im deutschen Printbereich haben wir unsere starke Marktposition behauptet. Gemessen an der verkauften Auflage ist Axel Springer unverändert der größte Zeitungs- und drittgrößte Zeitschriftenverlag in Deutschland. Auch über die intensive Verzahnung von Print- und Online-Redaktionen und die crossmediale Reichweitenvermarktung haben wir unsere Position im deutschen Markt gefestigt.

### *Internationalisierung*

Axel Springer ist neben der Schweiz, Frankreich und Spanien vor allem in Osteuropa aktiv. Im Fokus der Internationalisierung liegt dabei die Integration und Weiterentwicklung der Aktivitäten innerhalb des Joint Ventures Ringier Axel Springer Media.

### *Digitalisierung*

Im Mittelpunkt der Digitalisierung stand die Ergänzung des Portfolios im Bereich der Online-Rubriken/Marktplätze durch das führende französische Immobilienportal SeLogger. Darüber hinaus haben wir die Etablierung von kostenpflichtigen digitalen Angeboten weiter ausgebaut.

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

### Gesamtwirtschaft

Im Sommer 2011 haben sich die Rahmenbedingungen für die **Weltwirtschaft** deutlich eingetrübt. In Europa hat die Staatsschuldenkrise zahlreiche Banken in Mitleidenschaft gezogen, worauf die Finanzmärkte mit einem Einbruch der Aktienkurse reagierten. Als weiteren Belastungsfaktor sehen die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute den kräftigen Anstieg der Energie- und Rohstoffpreise. Dieser habe – so ihr Herbstgutachten 2011 – die Realeinkommen in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften geschmälert und dazu beigetragen, dass die Produktion in den USA im ersten Halbjahr 2011 nur leicht angestiegen ist und die Konjunktur im Euroraum stark an Dynamik eingebüßt hat. Im Vergleich zu den entwickelten Industrieländern bleibt die Nachfrage in den meisten Schwellenländern aber kräftig: In China, Indien und Brasilien wurde das Wirtschaftswachstum zur Inflationsbekämpfung sogar etwas gebremst (Herbstgutachten, Oktober 2011).

Die Schuldenkrise im Euroraum belastet auch die Konjunktur in **Deutschland**: So bewerten Unternehmen ihre Geschäftslage – laut ifo-Institut – im dritten Quartal 2011 kontinuierlich schlechter. Nach Einschätzung der am Herbstgutachten beteiligten Wirtschaftsforschungsinstitute dürfte das Bruttoinlandsprodukt im dritten Quartal allerdings noch deutlich gewachsen sein. Dafür sprechen die gute Produktions- und Umsatzentwicklung sowie die weiter gestiegene Beschäftigung. Im September 2011 sank die Zahl der Arbeitslosen auf 2,8 Mio. und ging damit im Vergleich zum Vorjahresmonat um 7,6% zurück. Das von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ermittelte Konsumklima behauptete sich in den ersten drei Quartalen 2011 auf hohem Niveau. Allerdings ging die Anschaffungsneigung aufgrund steigender Rezessionsängste im September zurück. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes erhöhten sich die Verbraucherpreise in den ersten drei Quartalen 2011 um 2,2% – vor allem aufgrund der gestiegenen Energiepreise.

### Branchenumfeld

#### Vertriebsmarkt

Der inländische **Pressevertriebsmarkt** entwickelte sich erneut leicht rückläufig. Die verkaufte Gesamtauflage der Zeitungen und Zeitschriften lag 3,3% unter der des Vorjahreszeitraums. Aufgrund der in den vergangenen

vier Quartalen realisierten Preiserhöhungen blieben die Vertriebsumsätze stabil.

Die 369 IWW-gemeldeten **Tages- und Sonntagszeitungen** erreichten einen Gesamtverkauf von 22,0 Mio. Exemplaren pro Ausgabe. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprach dies einem Rückgang von 3,1%. Der Einzelverkauf (–6,1%) ist – wie auch im Vorjahr – deutlich stärker betroffen als das Abonnement (–1,9%). Die Nachfrage im Segment der Tages- und Sonntagszeitungen innerhalb des Pressevertriebsmarktes gab – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 3,1% nach.

Der Gesamtverkauf der **Publikumszeitschriften** inkl. der Mitglieder- und Club-Magazine lag bei 111,4 Mio. Exemplaren pro Ausgabe. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprach dies einem Rückgang von 1,8%. Die Anzahl der IWW-gemeldeten Titel betrug 876 (+0,3% ggb. Vorjahr). Die Nachfrage im Segment der Publikumszeitschriften gab – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 3,8% nach.

#### Werbemarkt

Der deutsche Werbemarkt entwickelte sich in den ersten neun Monaten 2011 weiterhin positiv. Nach den Erhebungen von Nielsen Media Research betragen die Umsätze des **Gesamtbruttowerbemarktes** im Berichtszeitraum € 15,0 Mrd., was einem Anstieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum von nominal 3,4% entspricht. Dieses Plus resultierte im Wesentlichen aus dem Wachstum der Online-Medien, der Fernseh- sowie der Plakatwerbung.

Die Darstellung des Werbemarktes in Deutschland beruht im Folgenden, soweit nicht anders vermerkt, auf der aktuellen Erhebung der Bruttowerbeumsätze (ohne Medienwerbung) durch Nielsen Media Research. Die Daten beziehen sich dabei nur auf Markenartikel- und Dienstleistungswerbung sowie auf Werbung von großen Handelsunternehmen. Rubrikanzeigen und Prospektbeilagen wurden nicht berücksichtigt, weswegen die tatsächliche, gesamte Geschäftsentwicklung nur bedingt wiedergegeben wird. Darüber hinaus beziehen sich die Bruttowerbeumsätze auf die offiziell ausgewiesenen Werbepreise – ohne gewährte Rabatte oder Freischaltungen. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die Nettoumsatzentwicklung der Medien hinter der Bruttoentwicklung zurückbleibt.

Die Bruttowerbeumsätze der **Printmedien** (ohne Rubriken und Beilagen und ohne Medienwerbung) lagen am Ende des dritten Quartals bei € 4,6 Mrd. und somit um 2,2 % unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang resultierte vor allem aus dem Minus von 5,8 % im Display-Anzeigengeschäft bei den **Zeitungen** (Nielsen Media Research, ohne Rubriken, ohne Medienwerbung). Die sinkenden Werbeausgaben in zahlreichen Branchen (insbesondere Handel, Textilien, Telekommunikation, Finanzen und Touristik) konnten durch den Anstieg der Werbeinvestitionen in anderen Wirtschaftsbereichen – wie z. B. Dienstleistungen, Haus- und Gartenausstattung und sonstige Verkehrsmittel – nicht ausgeglichen werden. Dabei ist die negative Entwicklung im Bereich Handel vor allem auf den reduzierten Werbedruck bei Anzeigen der Technik-Fachmärkte und Discounter zurückzuführen.

Das Nettoanzeigenvolumen der regionalen Abonnementzeitungen (inkl. Rubriken) ging – laut Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) – im Zeitraum Januar bis August 2011 gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 3,5 % zurück. Im Rubrikenmarkt entwickelten sich insbesondere die Immobilien-, Veranstaltungs-, Reise- und Familienanzeigen rückläufig. Neben dem Kfz-Markt (+8,4 %) verzeichnete der Markt für Stellenanzeigen – aufgrund der verbesserten Arbeitsmarktsituation – einen deutlichen Aufschwung (+19,4 %). Die Anzeigenumfänge der überregionalen Zeitungen (inkl. Rubriken) verminderten sich in den ersten drei Quartalen 2011 um durchschnittlich 4,2 % (S+H-Medienstatistik).

Die **Publikumszeitschriften** verzeichneten laut Nielsen einen Anstieg der Bruttowerbeumsätze um 2,2 % auf € 1,9 Mrd. (ohne Medienwerbung). Von diesem Anstieg profitierten insbesondere monatliche Frauenzeitschriften (+10,5 %), Supplements (+15,7 %), die Motorpresse (+6,8 %), Wohnzeitschriften (+12,9 %) sowie Programmzeitschriften (+4,8 %).

Im deutschen **Online-Markt** (klassische Bannerwerbung, ohne Suchwortvermarktung und Affiliate) stiegen die Bruttowerbeerlöse (ohne Medienwerbung) laut Nielsen Media Research im Berichtszeitraum um 21,5 % auf € 1,9 Mrd. Der Umsatzanstieg bei den klassischen Online-Banner-Formaten ging in erster Linie auf die Branchen Finanzen, Telekommunikation, Körperpflege, Kraftfahrzeugmarkt

sowie Computer zurück. Auch im Online-Markt stellt die Entwicklung der Bruttowerbeerlöse die reale Entwicklung nur unzureichend dar.

Das **Werbefernsehen** in Deutschland verzeichnete in den ersten drei Quartalen 2011 laut Nielsen Media Research einen Anstieg der Bruttowerbeumsätze um 2,0 % (ohne Medienwerbung) auf € 6,9 Mrd. Während der Bruttowerbeumsatz der privaten TV-Programme um 2,0 % auf € 6,6 Mrd. zulegte, steigerten die öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter ihre Werbeeinnahmen um 3,1 % auf € 260,3 Mio.

Im **Hörfunk** lagen die Bruttowerbeumsätze (ohne Medienwerbung) mit € 889,7 Mio. um 3,9 % über Vorjahresniveau. Bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern legten die Bruttowerbeinvestitionen um 7,1 % zu, bei den privaten Programmen um 2,5 %.

Die **Plakatwerbung** verzeichnete im Zeitraum Januar bis September 2011 einen Bruttowerbeumsatz von € 729,3 Mio., was einem Anstieg zum Vorjahreszeitraum von 13,7 % entspricht.

## *Geschäftsentwicklung Konzern*

### *Wesentliche, für den Geschäftsverlauf ursächliche Ereignisse*

Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie haben wir in den ersten Monaten des neuen Jahres unser digitales Portfolio vor allem durch die Übernahme von **SeLogger** Anfang März 2011 deutlich erweitert. Mit dem Erwerb des in Frankreich führenden Online-Immobilienportals stärken wir unsere Aktivitäten im Bereich der Online-Rubrikenmärkte und damit eine der drei Kernsäulen unserer Digitalisierungsstrategie. Gemeinsam mit dem Management von SeLogger soll nun die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens weiter vorangetrieben werden. Ein erster Schritt in Richtung Internationalisierung gelang dem französischen Immobilienportal im Juni 2011 mit dem Erwerb von rund 9 % der Anteile an iProperty Group (vormals IPGA), Sydney, dem Betreiber von Asiens führendem Immobilienportal-Netzwerk.

Des Weiteren haben wir unser digitales Portfolio im ersten Quartal 2011 durch die Übernahme von **kaufDA** (www.kaufda.de) ausgebaut. Anfang März erwarb Axel Springer mit 74,9% die Mehrheit der Anteile an dem Marktführer für Online-Prospekte in Deutschland, der im Jahr 2010 sein Dienstleistungsportfolio um den Wachstumsbereich Mobile Couponing ergänzt hat. Das Unternehmen bietet Händlern die Möglichkeit, ihre lokale Angebotswerbung über das mobile und stationäre Internet standortbezogen zu verbreiten, wodurch Verbraucher ihre Einkäufe individuell von zu Hause oder unterwegs planen können.

Die Steuerverfahren der **Doğan TV Holding A.S.** und drei ihrer Tochtergesellschaften sind im ersten Halbjahr 2011 nach Mitteilungen der Doğan Yayin Holding A.S. nahezu vollständig gegen ratenweise Zahlung von insgesamt rund TRY 1 Mrd. (rund € 0,4 Mrd.) beigelegt worden. Die türkischen Steuerbehörden hatten aufgrund einer Betriebsprüfung im September 2009 diverse Steuernachforderungen sowie steuerliche Nebenleistungen von insgesamt TRY 3,9 Mrd. (rund € 1,7 Mrd.) zzgl. Zinsen festgesetzt. Ein kleineres Gerichtsverfahren wird zur Klärung von umsatzsteuerlichen Rechtsfragen weiter betrieben. Diese Steuerverfahren der Doğan TV Holding und drei ihrer Tochtergesellschaften haben aus heutiger Sicht auf die Axel Springer AG keine Auswirkungen. Vor dem Hintergrund der außergerichtlichen Beilegung der Steuerfälle und bestehenden Freistellungsverpflichtungen der Doğan Yayin Holding A.S. hat sich diese zudem gegenüber Axel Springer verpflichtet, Mittel in Höhe von umgerechnet € 64,7 Mio. zur Teilnahme an einer Kapitalerhöhung bei Doğan TV Holding A.S. zur Verfügung zu stellen. Axel Springer hat sich im Gegenzug verpflichtet, an der Kapitalerhöhung mit den überlassenen Mitteln teilzunehmen. Die Kapitalerhöhung wurde im August 2011 umgesetzt.

Unsere Aktivitäten in Polen und der Tschechischen Republik sind mit Wirkung zum 1. Juli 2010 in das **Joint Venture Ringier Axel Springer Media** eingegangen. Zusammen mit den von Ringier eingebrachten Aktivitäten in der Tschechischen Republik, der Slowakei und Serbien ist das Joint Venture nun in vier osteuropäischen Ländern tätig. Die ebenfalls geplante Einbringung der ungarischen Aktivitäten in das Joint Venture konnte aus regulatorischen Gründen bislang nicht vollzogen werden. Das unga-

rische Parlament hat Anfang des Jahres ein neues Mediengesetz verabschiedet. Auf der Grundlage dieses Gesetzes ist der geplante Zusammenschluss der ungarischen Aktivitäten von Ringier und Axel Springer zusätzlich einer medienrechtlichen Kontrolle unterworfen worden, die verfahrensmäßig in das Fusionskontrollverfahren eingebunden ist. Der Medienrat hat Mitte April 2011 eine für das Kartellamt bindende negative Stellungnahme abgegeben. Axel Springer und Ringier haben daraufhin Anfang Mai 2011 ihren Antrag auf Kartellfreigabe zurückgenommen. Eine Zusammenlegung der Aktivitäten in Ungarn ist von den Unternehmen jedoch weiterhin geplant. Ob und in welcher Form ein neuer Antrag gestellt wird, werden Axel Springer und Ringier nach sorgfältiger Prüfung aller Handlungsoptionen entscheiden.

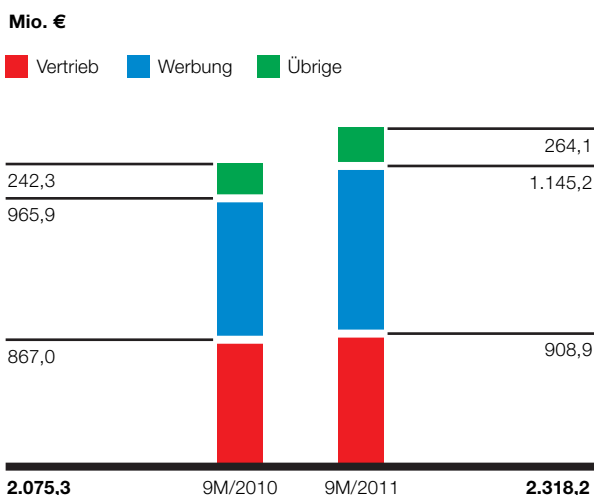
Im Juni erwarb das in Europa führende Performance-Advertising-Netzwerk **zanox** sämtliche Anteile am holländischen Affiliate-Marketing-Netzwerk M4N. Mit der Übernahme von M4N setzt die zanox-Gruppe ihre Wachstumsstrategie fort und sichert sich die marktführende Position in den Benelux-Ländern. Die internationalen Werbekunden profitieren nun von der höheren Reichweite des gemeinsamen Netzwerks.

Im September übernahmen Mondadori France und Axel Springer France gemeinsam 83,0% am französischen Automobil-Rubrikenportal **AutoReflex.com**. Der Vollzug der Transaktion erfolgt im vierten Quartal dieses Jahres. Die Akquisition erfolgt über das neue Gemeinschaftsunternehmen Editions Mondadori Axel Springer Digital (EMAS Digital), an dem Axel Springer France und Mondadori France jeweils zu 50% beteiligt sind. Beide Medienhäuser arbeiten in Frankreich bereits seit mehreren Jahren erfolgreich zusammen.

## *Ertragsentwicklung Konzern*

Im Berichtszeitraum legten die **Umsatzerlöse** um 11,7% auf € 2.318,2 Mio. (Vj.: € 2.075,3 Mio.) zu. Um Konsolidierungseffekte bereinigt erreichte Axel Springer im Berichtszeitraum ein Umsatzplus von 5,3%. Das organische Wachstum ist auf die Digitalen Medien zurückzuführen. Konsolidierungs- und währungsbereinigt stiegen die Gesamterlöse um 4,9%.

**Umsatzerlöse**

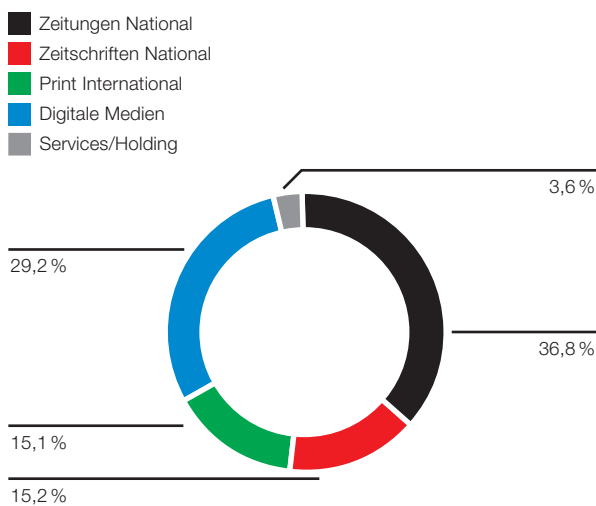


Die **Vertriebs Erlöse** stiegen um 4,8% auf € 908,9 Mio. (Vj.: € 867,0 Mio.) und trugen damit 39,2% (Vj.: 41,8%) zum Gesamtumsatz bei. Der Anstieg ist insbesondere auf die Konsolidierungseffekte im Zusammenhang mit dem Joint Venture im Segment Print International zurückzuführen. Die Vertriebs Erlöse der inländischen Zeitungen und Zeitschriften entwickelten sich relativ stabil.

Der Anstieg der **Werbeerlöse** um 18,6% auf € 1.145,2 Mio. (Vj.: € 965,9 Mio.) beruhte größtenteils auf dem deutlichen Wachstum im Segment Digitale Medien. Die Werbeerlöse der inländischen Zeitungen und Zeitschriften waren leicht rückläufig, im internationalen Printgeschäft wirkten sich die Konsolidierungseffekte im Zusammenhang mit dem Joint Venture Ringier Axel Springer Media im ersten Halbjahr positiv aus. Insgesamt stellten die Werbeerlöse 49,4% (Vj.: 46,5%) der Gesamterlöse dar.

Die **übrigen Erlöse** lagen mit € 264,1 Mio. um 9,0% über dem Vorjahreswert (€ 242,3 Mio.) und machten 11,4% (Vj.: 11,7%) der Gesamterlöse aus.

**Umsatz nach Segmenten**



Ein Vergleich der **Segmentumsätze** zeigt erneut die unterschiedliche Entwicklung. Während die inländischen Printmedien leichte Umsatzrückgänge hinnehmen mussten, zeigten das internationale Printgeschäft und das digitale Geschäft deutliches Wachstum. Insgesamt ergab sich in den ersten neun Monaten bei den Zeitungen ein Umsatzrückgang von 2,3% und bei den Zeitschriften von 0,4%. Im Segment Print International legten die Gesamterlöse aufgrund der erstmaligen Einbeziehung der von Ringier eingebrachten Gesellschaften seit dem 1. Juli 2010 um 30,4% zu. Die Gesamterlöse des Segments Digitale Medien stiegen um 34,4%. Das starke organische Wachstum wurde durch Konsolidierungseffekte noch beschleunigt.

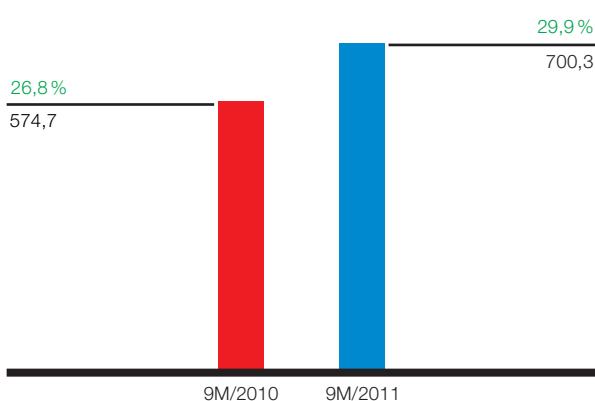
Die **Pro-forma-Erlöse des Segments Digitale Medien** erhöhten sich auf € 700,3 Mio. (Vj.: € 574,7 Mio.), das organische Wachstum lag dementsprechend bei 21,8%. Damit stieg ihr Anteil an den Pro-forma-Gesamterlösen von 26,8% auf 29,9%. Die Pro-forma-Erlöse berücksichtigen die im Laufe der Jahre 2010 und 2011 erworbenen Gesellschaften, vor allem SeLogger, Perffiliate (buy.at) und M4N auf Basis ungeprüfter Finanzinformationen. Erlöse von Geschäften und Unternehmen, die in diesem Zeitraum veräußert wurden, wurden herausgerechnet.



**Erlöse Digitale Medien (pro forma)**

Mio. €

■ Anteil an Gesamterlösen in %

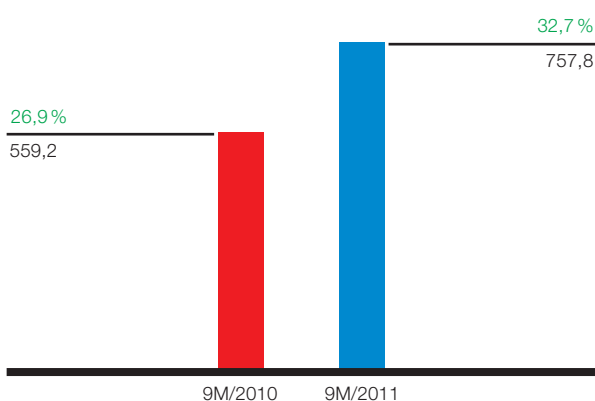


Die **Auslandserlöse** stiegen um 35,5 % auf € 757,8 Mio. und machten damit 32,7 % (Vj.: 26,9 %) des Gesamtumsatzes von Axel Springer aus. Hierzu trugen sowohl der Ausbau des Osteuropageschäfts im Printbereich als auch die internationale Expansion unserer digitalen Medien bei.

**Auslandserlöse**

Mio. €

■ Anteil an Gesamterlösen in %



Die **Gesamtaufwendungen** erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 9,1 % auf € 2.043,8 Mio. (Vj.: € 1.872,8 Mio.). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf Konsolidierungseffekte und den organischen Umsatzanstieg im Segment Digitale Medien zurückzuführen.

Der **Materialaufwand** stieg im Vergleich zum Vorjahreswert um 12,3 % auf € 763,2 Mio. (Vj.: € 679,6 Mio.) an. Die Zunahme ist vor allem auf Konsolidierungseffekte in den Segmenten Digitale Medien und Print International zurückzuführen. Darüber hinaus wirkten sich die erhöhten Rohstoffpreise aus. Die Materialaufwandsquote blieb nahezu unverändert bei 32,9 % (Vj.: 32,7 %).

Der **Personalaufwand** überstieg mit € 622,4 Mio. das Vorjahresniveau von € 579,2 Mio. um 7,5 %. Der Anstieg resultierte vor allem aus der Einbeziehung neuer Tochtergesellschaften. Gegenläufig wirkte der Rückgang des durchschnittlichen Personalbestands, insbesondere im inländischen Printgeschäft.

Die **Abschreibungen** betragen € 95,7 Mio. und lagen insbesondere durch höhere Effekte aus Kaufpreisallokationen sowie den erstmaligen Einbezug von erworbenen Tochtergesellschaften um 19,9 % über dem Vorjahreswert von € 79,8 Mio.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** verringerten sich um 54,8 % auf € 54,9 Mio. (Vj.: € 121,6 Mio.). Im Vorjahr waren die Gewinne aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Solutions von StepStone enthalten. Bei den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** verzeichneten wir einen Anstieg um 5,3 % auf € 562,5 Mio. (Vj.: € 534,2 Mio.). Dieser Anstieg resultierte zum größten Teil aus der erstmaligen Einbeziehung neuer Tochtergesellschaften sowie aus höheren Kosten für Werbemaßnahmen. Im Vorjahr waren Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf wesentlicher Aktivitäten von Axel Springer Financial Media enthalten.

Das **Beteiligungsergebnis** lag bei € 17,2 Mio. ggb. € 11,1 Mio. im Vorjahr. Das im EBITDA ausgewiesene operative Beteiligungsergebnis betrug € 17,2 Mio. (Vj.: € 15,0 Mio.). Der leichte Anstieg resultierte u. a. aus der Vereinnahmung höherer Ergebnisse aus Beteiligungen, die nach der Equity-Methode einbezogen werden.



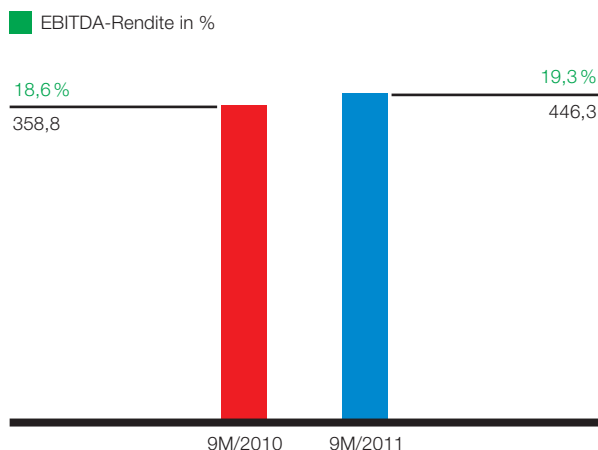
Das **Finanzergebnis** belief sich auf € – 19,9 Mio. (Vj.: € – 18,7 Mio.).

Auf **Steuern vom Einkommen und Ertrag** entfielen in den ersten neun Monaten € – 96,0 Mio. (Vj.: € – 60,3 Mio.) Damit betrug die Steuerquote 29,2% (Vj.: 19,0%). Im Vorjahr war das Steuerergebnis von weitgehend steuerfreien Ergebnissen aus Anteilsverkäufen beeinflusst. Darüber hinaus konnten wir im dritten Quartal des Vorjahres Erträge aus der Nutzung von steuerlichen Verlustvorträgen realisieren.

Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (**EBITDA**) stieg gegenüber dem Vorjahr um 15,7% auf € 446,3 Mio. Die erwirtschaftete EBITDA-Rendite betrug 19,3% (Vj.: 18,6%). Nicht im EBITDA enthalten sind Sondereffekte wie z. B. Ergebnisse aus Geschäfts- und Beteiligungsverkäufen sowie Effekte aus Kaufpreisallokationen.

#### EBITDA

Mio. €



Der **Konzernüberschuss** belief sich auf € 233,2 Mio. (Vj.: € 257,6 Mio.). Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen betrug der Konzernüberschuss € 259,5 Mio. (Vj.: € 241,0 Mio.). Im Vorjahr umfassten die Sondereffekte insbesondere die Ergebnisse aus Veräußerungen von Geschäften und Beteiligungen. Der Anstieg der Effekte aus Kaufpreisallokationen resultierte insbesondere aus der Konsolidierung von Ringier Axel Springer Media sowie dem erstmaligen Einbezug von SeLogger.

#### Konzernüberschuss

Mio. €	9M/2011	9M/2010
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>233,2</b>	<b>257,6</b>
Sondereffekte <sup>1)</sup>	1,5	– 35,2
Effekte aus Kaufpreisallokationen	35,4	24,5
Auf diese Effekte entfallende Steuern	– 10,5	– 5,9
<b>Konzernüberschuss, bereinigt</b>	<b>259,5</b>	<b>241,0</b>
Anteile anderer Gesellschafter, bereinigt	32,2	16,6
<b>Bereinigter Konzernüberschuss, auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallend</b>	<b>227,4</b>	<b>224,4</b>

<sup>1)</sup> Im Vorjahr Sondereffekte sowie sonstige nicht operative Effekte.

Das verwässerte **Ergebnis je Aktie** betrug € 2,11 (Vj.: € 2,71). Durch den im ersten Halbjahr 2011 vollzogenen Aktiensplit im Verhältnis 1:3 wurde die Berechnung des Vorjahreswertes entsprechend angepasst. Auf Basis des gewichteten Durchschnitts der im Jahr 2011 ausstehenden Aktien (98,488 Mio. Aktien) belief sich das auf die Aktionäre der Axel Springer AG entfallende bereinigte verwässerte Ergebnis je Aktie auf € 2,31 (Vj.: € 2,28).

Der bereinigte Konzernüberschuss sowie das bereinigte verwässerte Ergebnis je Aktie sind nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften nicht definierte Kennzahlen, die als ergänzende Information zum Konzernabschluss anzusehen sind.

### Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente

#### Zeitungen National

BILD blieb auch im Berichtszeitraum Europas reichweitenstärkste Tageszeitung. Laut aktueller Messung erreichte sie täglich 12,1 Mio. Leser (Reichweiten der inländischen Printtitel nach ma 2011/II, soweit nicht anders angegeben). Anfang Mai 2011 stieg der Einzelverkaufspreis der meisten regionalen Ausgaben im Westen Deutschlands und in Berlin um € 0,10 auf € 0,70. Damit bezieht sich diese Preiserhöhung in etwa auf die Hälfte der Gesamtauflage der BILD.

BILD am SONNTAG erhöhte die Reichweite um 2,0% auf 10,6 Mio. Leser; damit blieb BILD am SONNTAG Marktführer in ihrem Segment. Auch hier war der Preis

pro Ausgabe im Berichtszeitraum erhöht worden: Seit Anfang Juni 2011 kostet sie € 1,70 statt € 1,50.

Die Qualitätszeitung DIE WELT erzielte das stärkste Reichweitenwachstum unter allen überregionalen Tageszeitungen und erreichte mit 844,6 Tsd. Lesern 19,2 % mehr als vor einem Jahr. Ebenso erfolgreich zeigte sich die WELT am SONNTAG: Sie hat ihren Vorsprung als Marktführer unter den Qualitäts-Sonntagszeitungen auf 1,2 Mio. Leser ausgebaut.

#### Auflagen und Reichweiten Zeitungen National

Tsd.	Auflage 9M/2011 <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Reichweite <sup>2)</sup>	Veränderung <sup>3)</sup>
Bild	2.887,4	-6,1 %	12.131,7	-3,0 %
Bild am Sonntag	1.509,5	-6,8 %	10.568,2	2,0 %
Die Welt/Welt Kompakt	251,7	-1,9 %	844,6	19,2 %
Welt am Sonntag/Welt am Sonntag Kompakt	410,9	-	1.218,2	2,7 %
Hamburger Abendblatt	215,8	-5,5 %	692,6	-0,8 %
Berliner Morgenpost	124,9	-4,6 %	363,5	1,3 %
B.Z./B.Z. am Sonntag	167,6	-8,5 %	781,0	1,1 %

<sup>1)</sup> Quelle: IVW, durchschnittlich verkaufte Auflage.

<sup>2)</sup> Quelle: ma 2011 Pressemedien II.

<sup>3)</sup> ma 2011 Pressemedien II (Juli 2011) ggb. ma 2011 Pressemedien I (Januar 2011).

Die Regionalzeitung BERLINER MORGENPOST begleitete die Wahlkampfphase und die Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus am 18. September 2011 im Rahmen eines Sonderprojekts mit einer zusätzlichen Tabloid-Ausgabe, der BERLINER MORGENPOST KOMPAKT.

Die B.Z. verkaufte im Berichtszeitraum eine Tagesauflage von rund 167,6 Tsd. Exemplaren. Damit blieb sie Berlins größte Zeitung und zugleich die reichweitenstärkste Tageszeitung im Verbreitungsgebiet Berlin-Brandenburg. Auch die B.Z. am SONNTAG entwickelte sich positiv: Sie steigerte ihre Reichweite in der Region Berlin-Brandenburg laut letzter Messung um 36 Tsd. auf 277 Tsd. Leser.

#### Kennzahlen Zeitungen National 9 Monate

Mio. €	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>854,1</b>	<b>874,3</b>	<b>-2,3 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	36,8 %	42,1 %	
Vertriebserlöse	464,5	463,0	0,3 %
Werbeerlöse	369,8	389,5	-5,0 %
Übrige Erlöse	19,8	21,8	-9,2 %
<b>EBITDA</b>	<b>203,6</b>	<b>230,3</b>	<b>-11,6 %</b>
EBITDA-Rendite	23,8 %	26,3 %	

Die Gesamterlöse des Segments Zeitungen National lagen mit € 854,1 Mio. um 2,3 % unter dem Vorjahreswert (€ 874,3 Mio.). Die Vertriebserlöse waren mit € 464,5 Mio. (Vj.: € 463,0 Mio.) stabil, wobei ab dem zweiten Quartal infolge der Verkaufspreiserhöhung bei BILD ein leichter Anstieg zu verzeichnen war. Die Werbeerlöse nahmen um 5,0 % auf € 369,8 Mio. (Vj.: € 389,5 Mio.) ab. Ein Rückgang der Werbeerlöse insbesondere bei den Kaufzeitungen konnte durch einen Anstieg in der WELT-Gruppe nicht kompensiert werden.

Das EBITDA lag mit € 203,6 Mio. um 11,6 % unter dem Vorjahreswert (€ 230,3 Mio.). Hier haben sich neben dem Erlösrückgang insbesondere höhere Papierkosten ausgewirkt. Die EBITDA-Rendite lag bei 23,8 % (Vj.: 26,3 %).

#### Kennzahlen Zeitungen National 3. Quartal

Mio. €	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>289,0</b>	<b>290,0</b>	<b>-0,3 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	36,5 %	40,8 %	
Vertriebserlöse	165,1	162,9	1,3 %
Werbeerlöse	117,7	119,0	-1,1 %
Übrige Erlöse	6,2	8,0	-22,1 %
<b>EBITDA</b>	<b>75,0</b>	<b>74,7</b>	<b>0,4 %</b>
EBITDA-Rendite	26,0 %	25,8 %	

### Zeitschriften National

Unsere **Programm- und Frauenzeitschriften** entwickelten sich in den ersten neun Monaten 2011 erneut positiv. HÖRZU blieb Deutschlands beliebteste wöchentliche Programmzeitschrift. TV DIGITAL, Deutschlands erste Programmzeitschrift für digitales Fernsehen im Hochpreissegment, konnte gegen den negativen Markttrend die Auflage steigern. Laut ma 2011/II ist TV DIGITAL erneut auch Reichweitengewinner in diesem Segment. Erstmals erreichte die Zeitschrift mehr als 4 Mio. Leser, das sind 376 Tsd. mehr als bei der letzten Messung. Im Berichtszeitraum hat BILD der FRAU ihre Marktführerschaft unter den wöchentlichen Frauenzeitschriften bestätigt. Mit 6,3 Mio. Lesern blieb sie Deutschlands größtes deutsches Printmedium für Frauen. FRAU von HEUTE konnte die Reichweite um 81 Tsd. auf 859,1 Tsd. Leser ausbauen.

#### Auflagen und Reichweiten Zeitschriften National

Tsd.	Auflage 9M/2011 <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Reichweite <sup>2)</sup>	Veränderung <sup>3)</sup>
Hörzu	1.344,2	-4,4 %	4.380,2	-5,5 %
TV Digital	1.795,8	5,8 %	4.012,9	10,6 %
Bild der Frau	960,6	-3,8 %	6.269,5	-1,8 %
Auto Bild	579,3	-1,1 %	2.938,4	0,1 %
Computer Bild	572,9	-7,7 %	4.333,2	5,0 %
Sport Bild	441,0	-4,4 %	4.441,3	1,0 %

<sup>1)</sup> Quelle: IWW, durchschnittlich verkaufte Auflage.

<sup>2)</sup> Quelle: ma 2011 Pressemedien II.

<sup>3)</sup> ma 2011 Pressemedien II (Juli 2011) ggb. ma 2011 Pressemedien I (Januar 2011).

Die meisten unserer **Auto-, Computer- und Sporttitel** entwickelten sich im Berichtszeitraum positiv: Viele konnten ihre Marktführerschaft, gemessen an der verkauften Auflage, behaupten oder ausbauen.

AUTO BILD bestätigte mit einem Marktanteil von 57,0 % die Marktführerschaft im Segment der Autozeitschriften. Bei den Spezialtiteln ist AUTO TEST, der Kaufberater von

AUTO BILD, hervorzuheben. Die Auflage verzeichnete ein deutliches Plus um 5,5 % auf 218,1 Tsd. Exemplare; hier machte sich der gelungene Relaunch des Blattes bemerkbar.

COMPUTER BILD behauptete ihre Marktführerschaft nach verkaufter Auflage im Segment der Computerzeitschriften und steigerte die Reichweite gegenüber der letzten Messung um rund 200 Tsd. auf nun 4,3 Mio. Leser.

SPORT BILD bestätigte ihre herausragende Position unter den Sportzeitschriften. Nach 39 Ausgaben hält der Titel einen Marktanteil von 49,2 % (Vj.: 48,8 %). Im Berichtszeitraum präsentierte sich SPORT BILD mit einer ganzen Reihe an Sonderheften zu den Themen Fußball, Handball und Basketball.

#### Kennzahlen Zeitschriften National 9 Monate

Mio. €	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>353,1</b>	<b>354,4</b>	<b>-0,4 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	15,2 %	17,1 %	
Vertriebserlöse	240,4	241,5	-0,4 %
Werbeerlöse	95,0	96,4	-1,5 %
Übrige Erlöse	17,7	16,5	7,3 %
<b>EBITDA</b>	<b>82,1</b>	<b>78,6</b>	<b>4,4 %</b>
EBITDA-Rendite	23,2 %	22,2 %	

Nachdem sich im ersten Halbjahr noch Konsolidierungseffekte umsatzmindernd ausgewirkt hatten, verzeichneten die Gesamterlöse des Segments Zeitschriften National im dritten Quartal einen Anstieg um 7,5 % auf € 119,8 Mio. In den ersten neun Monaten entwickelte sich der Umsatz damit nahezu stabil (-0,4 %). Bereinigt um Konsolidierungseffekte lag der Umsatz um 2,3 % über dem Vorjahreswert. Die Vertriebserlöse lagen mit € 240,4 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert, konsolidierungsbereinigt stiegen sie um 2,2 %. Die Werbeerlöse lagen mit -1,5 % ebenfalls leicht unter dem Vorjahreswert, konsolidierungsbereinigt lagen sie mit 0,5 % leicht über Vorjahr.

Das EBITDA stieg um 4,4 % auf € 82,1 Mio. Zu dem Anstieg trugen insbesondere die Programm- und die Frauenzeitschriften bei. Die EBITDA-Rendite lag mit 23,2 % leicht über dem Vorjahresniveau (22,2 %).

#### Kennzahlen Zeitschriften National 3. Quartal

Mio. €	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>119,8</b>	<b>111,4</b>	<b>7,5 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	15,1 %	15,7 %	
Vertriebslöse	85,9	78,3	9,6 %
Werbeerlöse	29,0	27,1	6,7 %
Übrige Erlöse	5,0	6,0	-16,2 %
<b>EBITDA</b>	<b>26,8</b>	<b>20,8</b>	<b>29,0 %</b>
EBITDA-Rendite	22,4 %	18,6 %	

#### Print International

##### Osteuropäische Märkte

In **Ungarn** hat Axel Springer seine Marktanteile im Berichtszeitraum erfolgreich behauptet und ausgebaut. Derzeit richten wir Produktionsverbundzentren ein, in denen das Seitenlayout unserer Titel zentral erstellt wird; bei den Frauenzeitschriften und großen Zeitungen ist diese Umstellung bereits abgeschlossen. Nach wie vor ist KISKEGYED, mit 895 Tsd. Leser gemäß der letzten Messung, die wöchentliche Frauenzeitschrift mit der größten Reichweite. Marktführer in ihrem Segment ist auch die Sonntagszeitung VASARNAP REGGEL; sie konnte ihre Reichweite auf 639 Tsd. Leser weiter ausbauen.

Die geplante Einbringung der Aktivitäten in Ungarn in das Joint Venture Ringier Axel Springer Media konnte aus regulatorischen Gründen bislang nicht vollzogen werden (s. Seite 6).

Ringier Axel Springer Media ist das führende Verlagshaus in der **Tschechischen Republik**. In den ersten neun Monaten des Berichtsjahres avancierte NEDELNI BLESK in Tschechien mit 816 Tsd. Lesern erstmals zum reichweitenstärksten Wochentitel. Das marktführende Frauenmagazin BLESK PRO ZENY konnte nicht nur seine

Auflage leicht steigern, sondern erhöhte – wie auch die Autozeitschriften SVET MOTORU und AUTO TIP – zudem seine Reichweite. Für die marktführenden Tageszeitungen BLESK und AHA! richten wir gerade einen integrierten Newsroom ein.

In **Polen** erschien im August die erste Ausgabe des Automagazins TOP GEAR unter der Federführung von Ringier Axel Springer Polen, nachdem das Joint Venture im Juni den Lizenzvertrag mit dem britischen Medienhaus BBC Magazines abgeschlossen hat. FAKT blieb – trotz eines leichten Rückgangs – mit einer durchschnittlichen Auflage von 400,0 Tsd. Exemplaren und einer Reichweite von 3,8 Mio. Lesern Polens größte und beliebteste Tageszeitung. Bereits im Januar 2011 erhöhte FAKT den Verkaufspreis um PLN 0,10 auf PLN 1,60.

In der **Slowakei** hat die Tageszeitung NOVY CAS mit einer durchschnittlichen Verkaufsauflage von 135,9 Tsd. Exemplaren und einem Marktanteil von 38,1 % ihre führende Position im Segment der Tageszeitungen behauptet. Sehr gut entwickelten sich auch unsere marktführenden Frauenmagazine. Allen voran hält NOVY CAS PRE ZENY mit 141,2 Tsd. verkauften Exemplaren einen Marktanteil von 51,7 % und ist damit in ihrem Segment die Nummer eins.

In **Serbien** erhöhten sich die Werbemarktanteile unserer Titel leicht. In einem insgesamt schwierigen Marktumfeld konnten unsere Zeitungstitel durchweg an Reichweite zulegen. Seit März 2011 verlegen wir über das Joint Venture mit Ringier zudem Serbiens führende Automobilzeitschrift AUTO BILD.

In **Russland** konnte das Nachrichtenmagazin FORBES seine Reichweite um 7,7 % steigern. Insgesamt behaupteten sich unsere Titel in einem negativen Werbemarktumfeld im Vergleich zum Vorjahr sehr gut.

##### Westeuropäische Märkte

Die HANDELSZEITUNG, der in der **Schweiz** marktführende Wirtschaftstitel, beging im Mai ihr 150-jähriges Jubiläum. Dazu veröffentlichte die HANDELSZEITUNG ein 80-seitiges Jubiläumsspezial. Bei den Zeitschriften setzte das im Vorjahr neu gestartete Umwelt- und Naturmagazin BEOBACHTER NATUR seinen Erfolgskurs

weiter fort und steigerte seine Reichweite um 3,1 % auf 406 Tsd. Leser pro Ausgabe.

In **Frankreich** erschien die Zeitschrift MARMITON – die Printversion der marktführenden Kochwebseite marmiton.org aus dem Portfolio unserer Tochter aufeminin.com – bereits mit der dritten Ausgabe. Mittlerweile ist das Magazin Marktführer in seinem Segment und wird vierteljährlich herausgegeben. Rund die Hälfte aller in Frankreich verkauften Kochzeitschriften stammt aus unserem Verlagshaus.

In **Spanien** gestaltete Axel Springer seine größten Titel optisch neu und bestätigte in einem schwierigen Umfeld seine Marktführerschaft unter den wöchentlichen Auto-, Computer- und Videospieldmagazinen. Besonders gut entwickelte sich die neue Zeitschrift iCREATE mit Themen rund um Macs, iPhone, Apps und andere Apple-Produkte.

#### Kennzahlen Print International 9 Monate

Mio. €	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>350,0</b>	<b>268,5</b>	<b>30,4 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	15,1 %	12,9 %	
Vertriebserlöse	204,1	162,5	25,5 %
Werbeerlöse	124,2	91,7	35,4 %
Übrige Erlöse	21,7	14,2	52,6 %
<b>EBITDA</b>	<b>56,8</b>	<b>34,8</b>	<b>63,2 %</b>
EBITDA-Rendite	16,2 %	13,0 %	

Die Ertragslage des Segments Print International war im ersten Halbjahr vor allem durch die erstmalige Einbeziehung der von Ringier eingebrachten Gesellschaften in das Joint Venture Ringier Axel Springer Media ab dem 1. Juli 2010 geprägt.

Der Außenumsatz legte in den ersten neun Monaten um 30,4 % auf € 350,0 Mio. zu. Der Umsatzanstieg ist im Wesentlichen auf den Umsatzbeitrag der erstmals einbezogenen Gesellschaften von Ringier zurückzuführen. Konsolidierungsbereinigt waren die Erlöse nahezu stabil

(–0,5 %). Zusätzlich um Währungseffekte bereinigt, errechnet sich ein leichter Rückgang um 3,7 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Der Anstieg der Vertriebserlöse um 25,5 % auf € 204,1 Mio. beruhte in erster Linie auf den hinzugekommenen Zeitungen und Zeitschriften in der Tschechischen Republik, Serbien und der Slowakei. Konsolidierungsbereinigt lagen die Vertriebserlöse leicht unter dem Vorjahreswert (–1,5 %), zusätzlich um Währungseffekte bereinigt lag der Rückgang bei 4,9 %. Bei den Werbeerlösen stand eine positive Entwicklung der Werbeerlöse in der Schweiz, in Russland und in Polen einem Rückgang vor allem in Ungarn gegenüber. Die Werbeerlöse stiegen um 35,4 % auf € 124,2 Mio., vor allem aufgrund der erstmals einbezogenen Gesellschaften von Ringier. Konsolidierungsbereinigt lagen sie mit 0,9 % leicht über dem Vorjahreswert, zusätzlich um Währungseffekte bereinigt lagen sie um 2,4 % unter Vorjahr.

Das EBITDA stieg von € 34,8 Mio. im Vorjahr auf € 56,8 Mio., die EBITDA-Rendite stieg deutlich von 13,0 % auf 16,2 %. Die deutliche Steigerung ist neben der Einbeziehung von Gesellschaften des Joint Ventures mit Ringier vor allem auf die positive Entwicklung in der Schweiz und in Russland zurückzuführen.

#### Kennzahlen Print International 3. Quartal

Mio. €	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>113,4</b>	<b>114,2</b>	<b>–0,7 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	14,3 %	16,1 %	
Vertriebserlöse	69,5	69,4	0,1 %
Werbeerlöse	37,0	38,9	–4,8 %
Übrige Erlöse	6,9	5,9	16,4 %
<b>EBITDA</b>	<b>16,3</b>	<b>18,9</b>	<b>–13,3 %</b>
EBITDA-Rendite	14,4 %	16,5 %	

## Digitale Medien

### Content-Portale

Die Online-Angebote unserer inländischen Printpublikationen blieben in den ersten neun Monaten 2011 auf Erfolgskurs: Bild.de baute seine führende Position als Deutschlands größtes News- und Entertainmentportal aus. Das von BILD digital entwickelte Portal stylebook.com ergänzt seit Juli 2011 unser Internetportfolio. Mit 3,6 Mio. Visits im ersten Monat nach dem Start landete das Online-Magazin rund um Stars, Fashion und Beauty direkt unter den zehn erfolgreichsten deutschen Frauenportalen. Das Nachrichtenportal WELT Online hat seinen Traffic im Vorjahresvergleich deutlich ausgebaut: Die Zahl der Visits stieg um 26,8 % auf 35,9 Mio. und liegt damit vor den Wettbewerbern faz.de und sueddeutsche.de. Die Regionalportale des HAMBURGER ABENDBLATTs und der BERLINER MORGENPOST wiesen im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls steigende Besucherzahlen auf. Seit Januar bieten die beiden Titel als zertifizierte „Google Reseller“ gezielt auf den regionalen Markt ausgerichtete „Google-Adwords“-Leistungspakete und verknüpfen damit Print- und Online-Anzeigen zu effektiven crossmedialen Werbepaketen.

Auch die Online-Angebote unserer ausländischen Printmedien haben sich im Berichtszeitraum gut entwickelt. In Polen wurden die Internetseiten unseres Joint Ventures Ringier Axel Springer Media deutlich häufiger besucht als vor einem Jahr: Die Unique Visitors erhöhten sich um 22,9 %. Unsere Online-Angebote in der Schweiz, allen voran beobachter.ch (+ 29,7 % auf 281,7 Tsd.) konnten die Zahl der Nutzer ebenfalls deutlich im Vergleich zum Vorjahr steigern. In Frankreich ist die überdurchschnittliche Entwicklung unseres Automobilportals autoplus.fr mit +55,9 % hervorzuheben.

Der innovative Ansatz, neue Online-Angebote und Werbeformate zur Optimierung des Erlöspotenzials sowie informative Services für Werbetreibende festigten die Position von aufeminin.com als marktführendes Frauenportal in Frankreich. Die internationale Entwicklung der Internetseite haben wir im Berichtszeitraum weiter vorangetrieben und gestärkt: So wurde Anfang August 2011 mit netmums.com eine der führenden britischen Webseiten für Eltern erworben und aufeminin weitete sein Angebot nach Tunesien aus.

gamigo.de, einer der führenden europäischen Anbieter von Online-Spielen, erweiterte sein Spieleportfolio und setzte den Ausbau der Spielerbasis fort.

### Unique Visitors/Visits der Content-Portale (Auswahl)

Mio. (monatlicher Durchschnitt)	Unique Visitors 9M/2011 <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Visits 9M/2011 <sup>2)</sup>	Veränderung ggb. Vj.
aufeminin.com	30,3	17,5 %	80,4 <sup>3)</sup>	7,6 %
Bild.de	9,8	1,1 %	169,4	19,4 %
computerbild.de <sup>4)</sup>	7,1	-	29,2	-
welt.de	4,5	-3,4 %	35,9	26,8 %
azet.sk	2,3	59,4 %	42,2 <sup>5)</sup>	-16,3 %
onmeda.de	2,1	34,1 %	3,9	16,0 %
transfermarkt.de	2,0	10,3 %	23,6	19,0 %
abendblatt.de	1,6	19,9 %	9,7	44,2 %
fakt.pl	1,6	15,6 %	6,8 <sup>6)</sup>	30,7 %
autobild.de	1,5	10,0 %	7,0	28,2 %
blesk.cz	1,2	42,5 %	13,1 <sup>7)</sup>	20,9 %
forbes.ru	1,1	-	3,8 <sup>8)</sup>	57,4 %
cas.sk	1,1	> 100 %	9,4 <sup>5)</sup>	44,1 %

<sup>1)</sup> Quelle: comScore.

<sup>2)</sup> Quelle: IWW.

<sup>3)</sup> Quelle: Unternehmensangaben.

<sup>4)</sup> Seit Juni 2011 inkl. idealo.de.

<sup>5)</sup> Quelle: AIM.

<sup>6)</sup> Quelle: Gemius Traffic.

<sup>7)</sup> Quelle: NetMonitor.

<sup>8)</sup> Quelle: XITI Traffic Sources.

Im Rahmen seiner Expansionspläne hat Smarthouse Media, ein europaweit führender Anbieter komplexer webbasierter Finanzapplikationen für Banken, Online-Broker und andere Finanzdienstleister, einen Entwicklungsstandort in Berlin eröffnet. Darüber hinaus wurde eine neue Vertriebspräsenz am Finanzplatz London gegründet, um die dort ansässigen Kunden besser bedienen zu können. Das Finanzportal finanzen.net setzte seine positive Entwicklung nach der Ausgliederung aus Smarthouse Media als eigene Gesellschaft fort. finanzen.net – der Reichweitenmarktführer in seinem Segment – liegt seit Januar 2011 auch bei den IWW-Visits vor dem Wettbewerb.

Der Verkauf der kostenpflichtigen **Apps** unserer Printprodukte für mobile Endgeräte entwickelte sich im Berichtszeitraum erfreulich. Nach wie vor arbeiten wir am Ausbau unseres mobilen Angebots – auch für andere



Betriebssysteme von Smartphones neben dem von Apple. So gibt es beispielsweise die Immobilien-App von immonet oder das Angebot von autoplus.fr nun auch für Android-Handys. Unsere Nachrichten-Apps für das iPad gehören zu den umsatzstärksten Angeboten im deutschen App-Store. Ein Beispiel dafür ist die WELT HD, die mit mehr als 300 Tsd. Downloads seit Start im Mai 2010 die meistgeladene App unter den deutschen Qualitätszeitungen ist. Zudem bieten die WELT-Titel als erste Zeitung in Deutschland Lesern ihre Textinhalte an sieben Tagen der Woche auf dem Kindle, dem elektronischen Lesegerät von Amazon, an. In der Slowakei startete Ringier Axel Springer drei Apps für iPhone und iPad und avancierte damit zum Marktführer in der Kategorie „News“. Die erfolgreiche App der Tageszeitung NOVY CAS ist selbst sieben Monate nach ihrer Einführung immer noch unter den Top 10 im Apple AppStore. Im Juni wurde außerdem die iPad-App iStanok eingeführt, eine dem iKiosk vergleichbare Anwendung. Damit können Nutzer auf die sieben populärsten Magazine aus dem Verlagshaus Ringier Axel Springer zugreifen.

In der Schweiz ergänzte Axel Springer sein digitales Angebot durch die Einführung des iKiosk. Die Nutzer können neben den Online-Ausgaben der nationalen Titel auch andere Medienmarken von Axel Springer abrufen, wie etwa BILD, BILD am SONNTAG oder DIE WELT.

#### Online-Marktplätze

Unsere Online-Marktplätze setzten die erfolgreiche Entwicklung im Berichtszeitraum fort.

SeLogger hat seine Reichweite weiter gesteigert – und das sowohl bei den Online-Portalen als auch bei den Mobilangeboten. Dieser Erfolg resultiert auch aus neuen digitalen Angeboten. Einen vielversprechenden Start konnte die neue Gesellschaft Poliris verzeichnen, in der die Service- und Softwareaktivitäten von SeLogger, darunter die Webagentur und Frankreichs führende Maklersoftware Pericles, gebündelt wurden.

immonet.de setzte die zu Beginn des Jahres gestartete Wachstumsoffensive u. a. durch eine weitere, im Mai gestartete Printkampagne fort. Zusätzlich wurde die Reichweite durch eine Kooperation mit dem Online-Marktplatz eBay gestärkt.

Vor dem Hintergrund eines positiven Marktumfelds konnte StepStone die Zahl der Stellenanzeigen im Berichtszeitraum deutlich steigern und somit sein starkes Wachstum fortsetzen. Bei der laut IVW-Ranking meistbesuchten deutschen Online-Jobbörse verläuft die Integration des Technologieunternehmens Jobanova sehr erfolgreich. So wird StepMatch, der neue Suchalgorithmus auf Basis der Jobanova-Technologie, nach Deutschland und Frankreich nun auch in den Niederlanden und Norwegen eingeführt.

Bis Ende September 2011 steigerte idealo.de die vermittelten Suchanfragen gegenüber dem Vorjahr um 44,4 % und ist nun das reichweitenstärkste Suchportal für Produkt- und Preisvergleiche in Deutschland. Von einer Veränderung des Suchalgorithmus bei der Suchmaschine von Google konnte idealo.de absolut und im Vergleich zu Wettbewerbern profitieren. Dies unterstreicht die hohe Qualität und starke Marktposition von idealo.de. Gleichzeitig intensivierte die Preisvergleichsplattform ihre strategische Partnerschaft mit computerbild.de.

#### Vermarktung

Unsere europaweit führende Position im erfolgsbasierten Online-Marketing, dem Schwerpunkt unseres dritten Kompetenzfeldes, bauten wir im Berichtszeitraum aus.

Durch die Akquisition des niederländischen Affiliate-Marketing-Netzwerks M4N im Juni 2011 belegt zanox (inkl. der Affiliate-Netzwerke Digital Window und buy.at) mittlerweile auch die führende Marktposition in den Benelux-Ländern (s. hierzu Seite 6). Daneben forcierte das Unternehmen auch durch organisches Wachstum die Internationalisierung – so ist zanox derzeit weltweit an zwölf Standorten vertreten.

kaufDA, der Anbieter von Online-Prospekten und Mobile Couponing von rund 200 Tsd. Einzelhandelsgeschäften, konnte seine Reichweitenführerschaft im Berichtszeitraum weiter ausbauen. Außerdem sind digitale Angebotsprospekte von kaufDA-Kunden aus der jeweiligen Umgebung jetzt auch direkt auf morgenpost.de und abendblatt.de abrufbar. So erreichen im kaufDA-Netzwerk aktuelle regionale Einkaufsangebote monatlich insgesamt rund 12 Mio. Nutzer. Neu auf dem Markt eingeführt wurde der mobile Einkaufsberater „kaufDA Navigator“ für das Windows Phone und Nokia-Smartphones.



**Kennzahlen Digitale Medien 9 Monate**

Mio. €	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>677,7</b>	<b>504,3</b>	<b>34,4 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	29,2 %	24,3 %	
Werbeerlöse	556,2	388,3	43,2 %
Übrige Erlöse	121,5	116,0	4,7 %
<b>EBITDA</b>	<b>111,9</b>	<b>56,1</b>	<b>99,6 %</b>
EBITDA-Rendite	16,5 %	11,1 %	

Die Gesamterlöse des Segments Digitale Medien zeigten ein deutliches Wachstum von 34,4 % auf € 677,7 Mio. Die Werbeerlöse stiegen um 43,2 % auf € 556,2 Mio. Hierzu trugen sowohl ein starkes organisches Wachstum mit zweistelligen Wachstumsraten der überwiegenden Zahl der digitalen Aktivitäten als auch die Effekte aus der Konsolidierung von buy.at seit März 2010, SeLogger und kaufDA seit März 2011, M4N seit Juni 2011 sowie die digitalen Aktivitäten von Ringier Axel Springer Media bei. Die übrigen Erlöse stiegen um 4,7 % auf € 121,5 Mio.

Die Pro-forma-Erlöse des Segments Digitale Medien erhöhten sich auf € 700,3 Mio. (Vj.: € 574,7 Mio.), das organische Wachstum lag entsprechend bei 21,8 %. Damit stieg ihr Anteil an den Pro-forma-Gesamterlösen von 26,8 % in den ersten neun Monaten 2010 auf 29,9 %.

Das EBITDA verdoppelte sich auf € 111,9 Mio. Die EBITDA-Rendite zeigte ebenfalls einen deutlichen Sprung von 11,1 % auf 16,5 %. Auch konsolidierungsbereinigt lag das EBITDA um 44,2 % über dem Vorjahr. Zu diesem deutlichen Anstieg trugen Ergebnissteigerungen in allen drei Kompetenzfeldern bei: Online-Marktplätze, Content-Portale und performancebasiertes Marketing.

**Kennzahlen Digitale Medien 3. Quartal**

Mio. €	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>242,6</b>	<b>170,4</b>	<b>42,4 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	30,6 %	24,0 %	
Werbeerlöse	199,1	138,2	44,1 %
Übrige Erlöse	43,5	32,2	35,1 %
<b>EBITDA</b>	<b>40,5</b>	<b>15,8</b>	<b>&gt; 100 %</b>
EBITDA-Rendite	16,7 %	9,3 %	

**Services/Holding**

Unter Services/Holding werden die drei eigenen nationalen Zeitungsdruckereien, die Bereiche Vertrieb und Logistik sowie Service- und Holdingfunktionen zusammengefasst.

**Kennzahlen Services/Holding 9 Monate**

Mio. €	9M/2011	9M/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>83,3</b>	<b>73,8</b>	<b>12,9 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	3,6 %	3,6 %	
<b>EBITDA</b>	<b>- 8,1</b>	<b>- 13,9</b>	<b>-</b>

Der Außenumsatz des Segments lag im Berichtszeitraum mit € 83,3 Mio. über dem Vorjahreswert (€ 73,8 Mio.). Dies ist auf höhere Erlöse sowohl bei den Druckereien als auch im Dienstleistungsbereich zurückzuführen.

Das EBITDA lag mit € - 8,1 Mio. vor allem aufgrund von nichtoperativen Ergebnisbeiträgen im dritten Quartal 2011 über dem Vorjahresniveau von € - 13,9 Mio.

**Kennzahlen Services/Holding 3. Quartal**

Mio. €	Q3/2011	Q3/2010	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>27,7</b>	<b>25,0</b>	<b>10,9 %</b>
Anteil am Konzernumsatz	3,5 %	3,5 %	
<b>EBITDA</b>	<b>- 1,1</b>	<b>- 5,6</b>	<b>-</b>

## Finanzlage

### *Cashflow-Entwicklung und Investitionen*

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erhöhte sich auf € 344,1 Mio. (Vj.: € 243,0 Mio.). Dies war vor allem auf das gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegene operative Ergebnis, den geringeren Aufbau des Working Capital, Steuererstattungen sowie auf gesunkene Restrukturierungsauszahlungen zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf € –628,2 Mio. (Vj.: € –129,9 Mio.) und resultierte im Wesentlichen aus der Übernahme des französischen Immobilienportals SeLogger. Die sonstigen Investitionen erhöhten sich insbesondere durch den Erwerb eines Grundstücks an unserem Hauptsitz in Berlin. Im Vorjahreszeitraum war der Cashflow aus Investitionstätigkeit durch die Gründung des Joint Ventures mit Ringier sowie durch den Verkauf des Geschäftsbereichs Solutions von StepStone stark beeinflusst.

Im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit in Höhe von € 71,9 Mio. (Vj.: € 183,8 Mio.) spiegelten sich neben Gewinnausschüttungen vor allem die Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten in Zusammenhang mit dem Erwerb von SeLogger und im Vorjahr die Ausgabe von eigenen Anteilen wider.

### *Nettoliiquidität*

Insgesamt verringerte sich der Finanzmittelfonds gegenüber dem Jahresende 2010 von € 435,9 Mio. auf € 217,6 Mio. Im gleichen Zeitraum erhöhten sich die Finanzverbindlichkeiten von € 356,2 Mio. auf € 664,0 Mio. Somit weisen wir zum Bilanzstichtag eine Nettoverschuldung von € 446,4 Mio. aus (31. Dezember 2010: Nettoliiquidität von € 79,6 Mio.).

Aus der zugesagten Kreditlinie in Höhe von € 1,5 Mrd. waren zum Bilanzstichtag € 580,0 Mio. (31. Dezember 2010: € 275 Mio.) in Anspruch genommen. Die Kreditlinie kann sowohl für allgemeine Gesellschaftszwecke als auch zur Finanzierung von Akquisitionen eingesetzt werden. In Summe bestanden Ende September 2011 nicht in Anspruch genommene kurz- sowie langfristige Kreditlinien in Höhe von € 940 Mio. (31. Dezember 2010: € 1.245 Mio.).

## Vermögenslage

Die Konzern-Bilanzsumme erhöhte sich gegenüber dem Stand zum Jahresende 2010 (€ 3.603,2 Mio.) um € 509,5 Mio. bzw. 14,1 % auf € 4.112,7 Mio. zum 30. September 2011.

Die Entwicklung im Berichtszeitraum war insbesondere geprägt durch den Anfang März 2011 erfolgten Erwerb von SeLogger. Im Rahmen der vorläufigen Allokation des gezahlten Kaufpreises (€ 624,8 Mio.) wurden immaterielle Vermögenswerte (einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert) von insgesamt € 699,1 Mio. erfasst. Der zum 31. Dezember 2010 bilanzierte Beteiligungsbuchwert für die bereits im Vorjahr erworbenen 12,4 % Anteile an SeLogger (€ 72,5 Mio.) wurde im Rahmen der Erstkonsolidierung aus den Finanzanlagen ausgebucht.

Der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um € 20,5 Mio. bzw. 5,3 % auf € 406,4 Mio. ist im Wesentlichen bedingt durch die erstmalige Einbeziehung im Berichtsjahr erworbener Unternehmen.

Das Eigenkapital belief sich auf € 1.892,3 Mio. und lag damit trotz der Ausschüttung der Dividende für das Geschäftsjahr 2010 von € 157,3 Mio. um € 119,7 Mio. (6,8 %) über dem Stand zum Jahresende 2010. Der Anstieg des Eigenkapitals resultierte überwiegend aus dem erwirtschafteten Konzernüberschuss, aus der Ausgabe eigener Anteile sowie aus der Erhöhung von Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter. Die Eigenkapitalquote sank auf 46,0 % (Vj.: 49,2 %), vor allem durch eine erhöhte Inanspruchnahme unserer Kreditlinie.

Die langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten erhöhten sich auf € 1.369,9 Mio. (31. Dezember 2010: € 1.003,5 Mio.). Dies resultierte vor allem aus der Aufnahme von Finanzverbindlichkeiten sowie aus der Erfassung passiver latenter Steuern und bedingter Kaufpreisverbindlichkeiten im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben. Teilweise kompensierend wirkte der Rückgang der Pensionsrückstellungen durch Anpassung des Diskontierungssatzes von 4,6 % auf 5,0 % sowie durch den Anstieg des Planvermögens im Rahmen der Einbringung von Immobilienvermögen in den neu gegründeten Axel Springer Pensionstreuhand e.V.

Die kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten erhöhten sich auf € 850,4 Mio. (31. Dezember 2010: € 827,2 Mio.). Wesentliche Änderungen betrafen die sonstigen Verbindlichkeiten mit einem Anstieg von € 37,0 Mio. und die sonstigen Rückstellungen mit einem Rückgang von € 11,1 Mio. Ursächlich war neben der erstmaligen Einbeziehung erworbener Unternehmen vor allem die Inanspruchnahme von Tantieme- und Restrukturierungsrückstellungen.

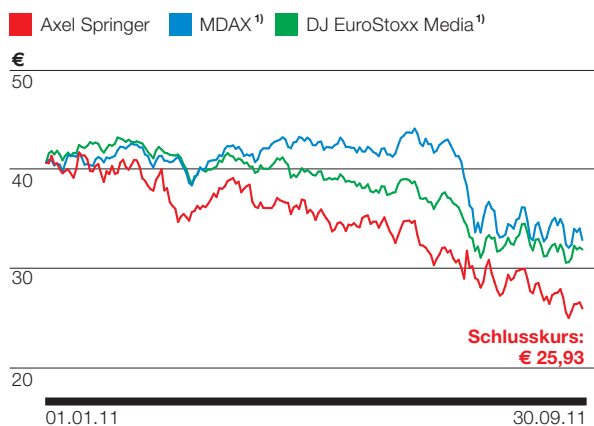
## Aktie

### Kursverlauf

Im dritten Quartal 2011 entwickelte sich unsere Aktie mit –23,9% weiter rückläufig und liegt damit um 36,3% unter dem Wert zu Jahresbeginn.

Mit einem Minus von 21,6% seit Jahresbeginn ging auch der DJ-EuroStoxx-Media-Index, der die wichtigsten europäischen Medienaktien abbildet, deutlich zurück. Der MDAX, der sich bis zur Jahresmitte gut entwickelt hatte, ging im dritten Quartal stark zurück und lag zum Stichtag 30. September um 19,2% unter dem Wert zum Jahresbeginn.

### Kursentwicklung Axel-Springer-Aktie



<sup>1)</sup> Indexiert auf den Schlusskurs der Axel-Springer-Aktie zum 31. Dezember 2010.

In das Jahr 2011 startete die Axel-Springer-Aktie mit einem Wert von € 40,67. Den Höchstwert im Berichtszeitraum notierten wir mit € 41,67 am 18. Januar 2011. Am 23. September 2011 erreichte die Aktie ihren Tiefstkurs bei € 24,98 und schloss zum 30. September 2011

bei € 25,93. Die Marktkapitalisierung betrug zum Stichtag € 2.556,8 Mrd.

### Angaben zur Aktie

€ <sup>1)</sup>	9M/2011	9M/2010	Veränderung
Ergebnis je Aktie <sup>2)</sup>	2,11	2,71	–22,1 %
Ergebnis je Aktie, bereinigt <sup>3)</sup>	2,31	2,28	1,3 %
Schlusskurs	25,93	32,32	–19,8 %
Höchstkurs	41,67	32,40	28,6 %
Tiefstkurs	24,98	24,44	2,2 %
Marktkapitalisierung in Mio. € <sup>4)</sup>	2.556,8	3.177,4	–19,5 %
Tagesumsatz (Ø, Tsd. €)	7.645,4	1.693,5	> 100 %

<sup>1)</sup> Basierend auf neuer Aktienanzahl nach Aktiensplit 1:3 im Juni 2011 (s. Seite 19).  
<sup>2)</sup> Verwässert.  
<sup>3)</sup> Verwässert, um wesentliche, nicht operative Effekte bereinigt und auf Basis des gewichteten Durchschnitts der im Jahr 2011 ausstehenden Aktien (98,488 Mio.) ermittelt.  
<sup>4)</sup> Auf Basis der ausstehenden Aktien zum Schlusskurs, ohne eigene Anteile.

### Investor Relations

Im Berichtszeitraum nahmen wir an 13 Investorenkonferenzen teil, zwei davon im dritten Quartal: Deutsche Bank European TMT Conference in London und Goldman Sachs Communacopia in New York. Hinzu kamen im dritten Quartal Roadshows in Köln, Düsseldorf, Edinburgh, New York, München und London sowie Analysten- und Investorengespräche am Standort Berlin.

Ebenso fanden im Berichtszeitraum Telefonkonferenzen für Investoren und Analysten anlässlich der Veröffentlichung unseres Geschäftsberichts am 2. März 2011 sowie anlässlich der Veröffentlichung unseres Halbjahresberichts 2011 am 3. August 2011 statt. Beide Konferenzen konnten als Live-Übertragung direkt im Internet und im Nachhinein auf unserer Internetseite verfolgt werden. Zusätzlich stellen wir alle Berichte sowie Präsentationen dort auch als Download zur Verfügung.

### Analysten-Coverages

Die Axel-Springer-Aktie wird derzeit von 17 Analysten beobachtet und bewertet – seit Neuestem auch von Metzler Equity Research, die ihre Coverage am 2. September 2011 mit einer Kaufempfehlung aufnahmen. Elf Institute empfehlen unsere Aktie zum Kauf, vier

stufen sie als „halten/neutral“ ein und zwei Analysten bewerten sie mit „verkaufen/untergewichten“. Die jeweils aktuellen Empfehlungen und Kursziele sind auf [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de) unter „Investor Relations“ abrufbar.

**Angaben zur Notierung**

Aktientyp	vinkulierte Namensaktie
Handelsplatz	Frankfurt (amtlicher Markt)
Börsensegment	Prime Standard
Wertpapierkennnummer	550135, 575423
ISIN	DE0005501357, DE0005754238
Thomson Reuters	SPRGn.DE
Bloomberg	SPR GY

**Ordentliche Hauptversammlung**

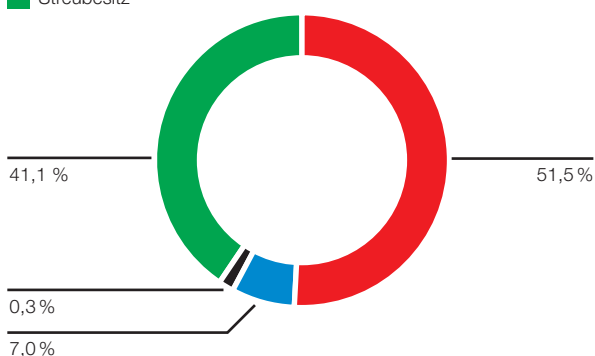
An der Hauptversammlung der Axel Springer AG am 14. April 2011 in Berlin nahmen rund 370 Anteilseigner teil. Alle Beschlussanträge der Verwaltung wurden bei einer Präsenz von rund 81,8% des stimmberechtigten Kapitals mit Mehrheiten von mindestens 88,8% der abgegebenen gültigen Stimmen angenommen – u. a. auch die Ausschüttung einer Dividende von € 4,80 je dividendenberechtigte Aktie (entspricht € 1,60 nach Aktiensplit). Die im Vergleich zum Vorjahr um € 0,40 angehobene Dividende stellt die höchste jemals von Axel Springer gezahlte Dividende dar und macht unsere Aktie zu einem der dividendenstärksten Titel im MDAX. Insgesamt wurden € 157,3 Mio. an unsere Aktionäre ausgeschüttet. Bezogen auf den Jahresschlusskurs 2010 liegt die Dividendenrendite bei 3,9%.

**Aktiensplit**

Am 31. Mai 2011 wurde die von der Hauptversammlung beschlossene Satzungsänderung über den Aktiensplit im Verhältnis 1:3 mit Eintragung ins Handelsregister wirksam. Die Umstellung der Börsennotierung wurde am 8. Juni 2011 umgesetzt. Im Zuge dieser Umstellung beträgt der Kurs der Aktie rechnerisch nun ein Drittel des vorherigen Wertes und der Anteil am Grundkapital pro Aktie nun nicht mehr € 3,00, sondern € 1,00. Die Gesamtzahl der Axel-Springer-Aktien beträgt nach dem Aktiensplit 98,940 Mio. Aktien.

**Aktionärsstruktur**

- Axel Springer Gesellschaft für Publizistik
- Dr. h. c. Friede Springer
- Axel Springer AG
- Streubesitz



**Corporate Governance**

Auf der ordentlichen Hauptversammlung am 14. April 2011 wurde Dr. Nicola Leibinger-Kammüller – auf den auf die Empfehlung des Nominierungsausschusses des Aufsichtsrats gestützten Vorschlag des Aufsichtsrats – in den Aufsichtsrat gewählt. Die Vorsitzende der Geschäftsführung der TRUMPF GmbH + Co. KG war durch Beschluss des Amtsgerichts Charlottenburg vom 13. Juli 2010 zunächst befristet bis zur ordentlichen Hauptversammlung 2011 zum Aufsichtsratsmitglied der Axel Springer AG bestellt worden. Ihre Amtszeit endet nunmehr mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2014.

Mit Ablauf seiner Amtszeit zum 31. Dezember 2011 wird Rudolf Knepper, Vorstand Technik, Logistik und Personal, aus der Axel Springer AG ausscheiden. Die von ihm verantworteten Bereiche werden zum 1. Januar 2012 deshalb neu geordnet: Lothar Lanz, bisher Vorstand Finanzen und Dienstleistungen, übernimmt in einem erweiterten Vorstandsressort Personal, Finanzen und Dienstleistungen zusätzlich die Bereiche Personal und Einkauf. Dr. Andreas Wiele, derzeit Vorstand BILD-Gruppe und Zeitschriften, übernimmt zusätzlich die Bereiche IT und Logistik & Services. Ab dem 1. Januar 2012 wird der Vorstand zudem von einem bisher vier- auf ein fünfköpfiges Gremium erweitert. Zum Vorstand WELT-Gruppe und Technik wird der Vorsitzende der Verlagsgeschäftsführung der Regional- und Abozeitungen Jan Bayer beru-

fen. Ralph Büchi, Präsident Axel Springer International und Geschäftsführer Axel Springer Schweiz, übernimmt das Vorstandsressort Internationales.

### Mitarbeiter

Durchschnittlich beschäftigten wir in den ersten neun Monaten 2011 12.520 (Vj.: 11.387) Mitarbeiter (ohne Auszubildende und Journalisten/Volontäre). Der Anstieg von 9,9% im Vergleich zum Vorjahr ist neben dem kontinuierlichen Personalaufbau im Bereich unserer Digitalen Medien vor allem auf die Berücksichtigung des Joint Ventures Ringier Axel Springer Media sowie die 2011 erstmals einbezogenen Gesellschaften SeLogger und kaufDA zurückzuführen. Ohne Berücksichtigung von Konsolidierungseffekten ist die Mitarbeiterzahl leicht rückläufig.

### Aktienbeteiligungsprogramm

Auch unsere Mitarbeiter sollen von der Wertentwicklung des Unternehmens profitieren. Deshalb wurde im Mai ein Aktienbeteiligungsprogramm durchgeführt: Alle Beschäftigten der Axel Springer AG und ihrer inländischen Tochtergesellschaften, die für das Jahr 2010 zu einer Erfolgsbeteiligung berechtigt sind oder eine Zielvereinbarung abgeschlossen haben, konnten diese in Aktien der Axel Springer AG umwandeln. Die Haltefrist beträgt ein Jahr bei Mitarbeitern mit Erfolgsbeteiligung und zwei Jahre bei Mitarbeitern mit Zielvereinbarung. Die Aktien wurden aus dem Eigenbestand der Axel Springer AG zur Verfügung gestellt und der Erwerb durch das Unternehmen gefördert. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien zum 30. September 2011 auf 334,3 Tsd. Aktien.

### Risiko- und Chancenbericht

Die Risikosituation von Axel Springer sowie die Chancen haben sich gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2010 nicht wesentlich verändert.

### Nachtragsbericht

Entwicklungen und Ereignisse von wesentlicher Bedeutung sind nach dem Stichtag 30. September 2011 nicht eingetreten.

## Prognosebericht

### Gesamtwirtschaft

Die am Herbstgutachten beteiligten Forschungsinstitute beurteilen die Aussichten für die **Weltwirtschaft** derzeit deutlich schlechter als noch im Frühjahr 2011. Unternehmen und Haushalte in den USA und in Europa blicken demnach zunehmend pessimistisch in die Zukunft. Und auch der weltweite Einbruch der Aktienkurse als Frühindikator deutet auf einen Abschwung hin. In Europa droht sich die Staatsschuldenkrise zudem zu einer Bankenkrise auszuweiten, da viele Banken in großem Umfang Schuldtitel der betroffenen Staaten halten. Die wirtschaftliche Dynamik der Schwellenländer hingegen dürfte nur wenig nachlassen, was vor allem auf die robuste Entwicklung in China und Indien zurückzuführen ist. Insgesamt wird die Weltwirtschaft 2011 wohl um 2,6% und 2012 um 2,5% wachsen (Herbstgutachten, Oktober 2011).

Die Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen für **Deutschland** trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds nicht mit einer Rezession. Eine stark erhöhte wirtschaftliche Unsicherheit dürfte aber die inländische Nachfrage dämpfen, und der Außenhandel wird voraussichtlich aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage wichtiger Handelspartner nicht mehr zur Expansion beitragen. Insgesamt wird sich die Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts im Gesamtjahr 2011 auf preisbereinigt 2,9% belaufen und sich 2012 deutlich auf 0,8% verringern. Die privaten Konsumausgaben werden 2011 – dank eines stabilen Arbeitsmarktes und gestiegener Einkommen – voraussichtlich um 1,2% steigen. Der private Konsum dürfte 2012 angesichts geringerer Einkommenssteigerungen mit 0,9% nur noch verhalten expandieren. Die Dynamik der Investitionen wird voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2011 abnehmen, im Gesamtjahr 2011 werden die Investitionen noch um 7,2% steigen, 2012 dürfte sich der Anstieg angesichts sinkender Geschäftserwartungen jedoch auf 2,3% verringern. Die Exporte werden 2011 noch 7,8% zulegen, 2012 wegen der nachlassenden internationalen Nachfrage aber auf 2,9% zurückgehen. Die Importe werden 2011 um 7,7% steigen und 2012 dürfte sich ihr Zuwachs auf 4,1% vermindern.

Die Wirtschaftsforschungsinstitute erwarten in ihrem Herbstgutachten für 2011 eine Preissteigerungsrate von 2,3%. Vor allem ein verringerter Anstieg der Importpreise dürfte 2012 zu einem Rückgang der Inflation auf 1,8% führen. Auch die Beschäftigung wächst langsamer: Die Zahl der Erwerbstätigen wird 2011 voraussichtlich bei durchschnittlich 41,1 Mio. Personen liegen und 2012 auf 41,3 Mio. steigen. Die Zahl der Arbeitslosen dürfte sich 2011 auf 3,0 Mio. belaufen und 2012 auf 2,8 Mio. sinken. Die Arbeitslosenquote wird sich von 7,0% im Jahr 2011 auf 6,7% im Jahr 2012 verringern.

Die volkswirtschaftliche Dynamik in **Mittel- und Osteuropa** zeigt weiter nach oben, wenn auch – wegen der erwarteten Konjunkturabkühlung Westeuropas – mit nachlassendem Tempo. Von den privaten Haushalten sind nur geringe Impulse zu erwarten.

#### Erwartete konjunkturelle Entwicklung (Auswahl)

Veränderung des Bruttoinlandsprodukts ggb. Vj. (real)	2011	2012
Deutschland	2,9 %	0,9 %
Schweiz <sup>1)</sup>	2,3 %	1,5 %
Frankreich	1,5 %	0,4 %
Spanien	0,7 %	0,1 %
Ungarn	1,2 %	2,2 %
Polen	4,0 %	3,2 %
Tschechische Republik	2,0 %	2,2 %
Slowakei	3,1 %	2,4 %
Serbien <sup>1)</sup>	2,0 %	3,0 %
Russland	3,8 %	3,8 %

Quelle: Herbstgutachten 2011.

<sup>1)</sup> Quelle: IWF Oktober 2011.

#### Branchenumfeld

Die instabile Situation an den Finanzmärkten scheint die Entwicklung des **weltweiten Werbemarktes** bislang kaum zu beeinflussen. Nach der aktuellen Werbemarktprognose von ZenithOptimedia (Studie „Advertising Expenditure Forecast“ vom Oktober 2011) wird für 2011 weltweit ein Plus von 3,6% erwartet. Damit korrigierte ZenithOptimedia seine Prognose von +4,1% im Juli 2011 dennoch leicht nach unten.

Alle bisherigen Prognosen gehen im laufenden Jahr auch für **Deutschland** von einem Wachstum des Gesamtwerbemarktes aus. ZenithOptimedia erwartet einen Anstieg des Nettogesamtwerbemarktes um 2,7%.

Während für **Zeitungen** ein Rückgang der Nettowerbeumsätze von 1,7% prognostiziert wird, erwartet ZenithOptimedia bei den **Zeitschriften** ein leichtes Wachstum von 0,5%.

Der **Online-Markt** soll sich 2011 laut ZenithOptimedia mit +13,2% bei den Nettowerbeinvestitionen (inkl. Suchwortvermarktung und Affiliate-Werbung) weiterhin sehr positiv entwickeln.

Die Nettowerbeinvestitionen im **Fernsehwerbemarkt** werden im laufenden Jahr wohl um 3,4% wachsen, während für den **Hörfunk** ein Zuwachs in Höhe von 1,6% vorausgesagt wird. Die Nettowerbeumsätze im Bereich **Plakatwerbung** sollen laut Prognose von ZenithOptimedia um 3,3% ansteigen.

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) erwartet – laut einer im Januar 2011 veröffentlichten Prognose – für 2011 einen Anstieg der Nettowerbeerlöse von 2,5% im Vergleich zum Vorjahr. Diese Entwicklung beinhaltet neben den klassischen Medien u. a. auch die Werbung per Post sowie Kinowerbung.

Für die **Auslandsmärkte**, in denen Axel Springer mit eigenen Unternehmensaktivitäten und über das Joint Venture Ringier Axel Springer Media präsent ist, prognostiziert ZenithOptimedia (Stand: Oktober 2011) eine uneinheitliche Entwicklung der Nettowerbeerlöse bei Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien.

Auf dem Online-Markt in Westeuropa werden die Nettowerbeumsätze laut ZenithOptimedia-Prognose im Jahr 2011 – bei konstanten Wechselkursen – um 11,3% auf US-\$ 19,9 Mrd. steigen. Die Wachstumsraten in den osteuropäischen Märkten liegen teilweise deutlich darüber.



### Erwartete Werbekonjunktur 2011 (Auswahl)

Veränderung der Nettowerbeumsätze ggb. Vj. (nominal)	Zeitungen	Zeitschriften	Online
Deutschland	- 1,7 %	0,5 %	13,2 %
Schweiz <sup>1)</sup>	8,0 %	5,0 %	11,1 %
Frankreich <sup>2)</sup>	-2,5 %	-3,7 %	10,3 %
Spanien <sup>2)</sup>	-6,9 %	-4,0 %	15,0 %
Ungarn	-0,4 %	-4,5 %	4,5 %
Polen <sup>2)</sup>	-8,1 %	-6,1 %	15,4 %
Tschechische Republik <sup>2)</sup>	- 16,0 %	-7,0 %	16,4 %
Slowakei <sup>1)</sup>	-2,3 %	-7,9 %	4,0 %
Serbien <sup>1)</sup>	-7,0 %	-10,5 %	14,3 %
Russland	10,0 %	14,6 %	42,0 %
Indien <sup>2)</sup>	12,5 %	15,0 %	29,9 %

Quelle: ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast (Oktober) 2011.

<sup>1)</sup> Bruttowerbeumsätze (exklusive Rubriken bei Print). Die Bruttowerbeumsätze stellen die tatsächliche Entwicklung der Werbeumsätze nur unzureichend dar.

<sup>2)</sup> Exklusive Rubriken.

## Konzern

### Strategische und organisatorische Ausrichtung

Axel Springer hält im Geschäftsjahr 2011 und darüber hinaus an der Strategie mit den Eckpfeilern Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung fest.

Der Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft beruht auf der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer starken Marken und zusätzlich auf der Entwicklung und Etablierung innovativer crossmedialer Werbeformate. Hierdurch kann die außergewöhnlich hohe Reichweite unserer Printmedien und Content-Portale umfassend genutzt werden.

Die Internationalisierungsstrategie setzen wir konsequent fort. Im Fokus steht neben unseren starken, etablierten und an eine breite Leserschaft gerichteten Printmarken die Digitalisierung unserer Aktivitäten. Wichtige Kriterien für unternehmerische Beteiligungen sind, neben der passenden strategischen Ausrichtung, die Professionalität des Managements sowie das Monetarisierungspotenzial digitaler Geschäftsmodelle. Hinsichtlich der Regionen stehen besonders die Länder Mittel- und Osteuropas im Fokus.

Die Digitalisierungsstrategie zielt auf den Ausbau sowohl der Content-Portale als auch der Marktplätze und der Vermarktung. Bei den Content-Portalen bildet die fortgesetzte Entwicklung kostenpflichtiger Inhalte und Angebote einen Schwerpunkt. Hier können wir auf die Erfahrung mit den bereits eingeführten und stark nachgefragten Formaten zurückgreifen. Bei den Marktplätzen haben wir durch die Übernahme von SeLogger das Portfolio wesentlich ausgebaut. Im Bereich der Vermarktung haben wir mit der Einbringung des Affiliate-Netzwerks Digital Window in die zanox-Gruppe und dem Erwerb des niederländischen Affiliate-Netzwerks M4N das internationale Wachstum verstärkt.

Wesentliche Anpassungen der Konzernorganisation sind aus heutiger Sicht nicht vorgesehen.

### Erwartete Geschäfts- und Ertragsentwicklung

Für das **Geschäftsjahr 2011** rechnen wir **im Konzern** mit einem Anstieg der Gesamterlöse im hohen einstelligen Prozentbereich. Zum Anstieg werden voraussichtlich alle Erlöskategorien beitragen: Vertriebs-, Werbe- und übrige Erlöse. Wir gehen davon aus, dass leicht rückläufige Erlöse im inländischen Printgeschäft durch steigende Erlöse im internationalen Printgeschäft und bei den digitalen Medien kompensiert werden können.

Für das EBITDA wird ein Anstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr erwartet. Dabei wird ein leichter Ergebnisrückgang im inländischen Printgeschäft, auch aufgrund preisbedingt höherer Papierkosten, durch deutliche Ergebnissteigerungen im internationalen und digitalen Geschäft überkompensiert.

Bei den **Segmenten** rechnen wir im Segment Zeitungen National für das **Geschäftsjahr 2011** mit Gesamterlösen leicht unter Vorjahr. Wir gehen davon aus, dass ein leichter Anstieg der Vertriebs Erlöse einem leichten Rückgang der Werbeerlöse gegenübersteht. Das EBITDA wird voraussichtlich leicht unter Vorjahr liegen, im Wesentlichen bedingt durch preisbedingt höhere Papierkosten.

Die inländischen Zeitschriften können sich in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld weiter gut behaupten. Die Gesamterlöse sehen wir unter Vorjahr. Bei den Vertriebs Erlösen erwarten wir einen Rückgang aufgrund



rückläufiger Auflagen, verstärkt im ersten Halbjahr durch die Konsolidierungseffekte aus der Veräußerung der Finanztitel im Vorjahr. Die Werbeerlöse werden voraussichtlich leicht unter Vorjahr liegen, bereinigt um Konsolidierungseffekte auf Vorjahresniveau. Für das Segment Zeitschriften National gehen wir von einem EBITDA in etwa auf Vorjahresniveau aus.

Für das Segment Print International erwarten wir einen deutlichen Anstieg sowohl der Werbe- als auch der Vertriebs Erlöse sowie ein EBITDA deutlich über dem Vorjahreswert. Die Steigerung der Erlöse ist im Wesentlichen auf die ganzjährige Konsolidierung von Ringier Axel Springer Media zurückzuführen. Die deutliche Steigerung des EBITDA ist ebenfalls zum großen Teil auf die zusätzlichen Ergebnisbeiträge der von Ringier eingebrachten Gesellschaften zurückzuführen. Aber auch bei unseren anderen Auslandsgesellschaften erwarten wir eine Ergebnissteigerung.

Die erwarteten deutlichen Umsatzzuwächse im Segment Digitale Medien beruhen auf organischem Wachstum, verstärkt durch Konsolidierungseffekte. Zum deutlichen Plus sollen die Werbeerlöse stärker als die übrigen Erlöse beitragen. Für das Segment-EBITDA erwarten wir eine überproportionale Steigerung. Dies ist neben der positiven Entwicklung der bestehenden Assets vor allem auf die überdurchschnittliche Profitabilität von SeLogger zurückzuführen.

Für das Segment Services/Holding gehen wir von Erlösen auf Vorjahresniveau und aufgrund geringerer Aufwendungen von einem EBITDA über Vorjahr aus.

Eine stabile konjunkturelle Entwicklung vorausgesetzt, gehen wir für das **Geschäftsjahr 2012** von einer weiteren leichten Umsatz- und EBITDA-Steigerung **im Konzern** aus. Dabei wird der kontinuierliche Ausbau des internationalen und digitalen Geschäfts wesentlicher Treiber dieser Entwicklung sein.

Für die **Segmente** halten wir unter der Voraussetzung eines positiven konjunkturellen Umfelds und des Ausbleibens adverser Einflussfaktoren **mittelfristige EBITDA-Margen** in der Größenordnung von 25 % im Segment Zeitungen National, 20 % im Segment Zeitschriften National, 15 % im Segment Print International und 20 % im Segment Digitale Medien für möglich.

#### Erwartete Finanz- und Vermögenslage

Die Finanz- und Vermögenslage wird sich nach derzeitigem Planungsstand binnen Jahresfrist nicht wesentlich verändern. Axel Springer verfügt über umfassende kurz- und langfristige Kreditlinien, die auch für Akquisitionen genutzt werden können. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte dürften sich auf Basis der bislang geplanten Investitionsprojekte – u. a. zur Weiterentwicklung von webbasierten Systemen und der IT-Infrastruktur – über dem Vorjahreswert bewegen. Die Finanzierung erfolgt aus dem operativen Cashflow.

#### Dividendenpolitik

Axel Springer strebt unter der Voraussetzung einer weiterhin soliden Ertragslage eine Dividendenpolitik mit Ausschüttungen auf hohem Niveau an, die gleichzeitig die Finanzierung von Wachstum ermöglicht.

#### Erwartete Entwicklung der Mitarbeiterzahl

Die Zahl der Mitarbeiter im Konzern wird im Jahresdurchschnitt 2011 über dem Vorjahreswert liegen. Wesentlicher Grund hierfür ist die Einbeziehung der von Ringier in das Joint Venture Ringier Axel Springer Media eingebrachten Gesellschaften in den Axel Springer Konzern. Auch das organische Wachstum bei den digitalen Medien wird in einem Personalaufbau resultieren.

#### Planungsgrundlagen

Die künftige Entwicklung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage planen wir auf Basis von Annahmen, die aus heutiger Sicht plausibel und hinreichend wahrscheinlich, gleichwohl im gegenwärtigen wirtschaftlichen Umfeld mit großen Unsicherheiten behaftet sind. Die tatsächliche Entwicklung kann daher unter Umständen deutlich von den getroffenen Annahmen und den daraus resultierenden Planungen und Trendaussagen abweichen.

# Konzern-Bilanz

Mio. €		
<b>AKTIVA</b>	<b>30.09.2011</b>	<b>31.12.2010</b>
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>3.288,5</b>	<b>2.569,7</b>
Anlagevermögen	3.113,5	2.373,5
Immaterielle Vermögenswerte	1.875,1	1.115,6
Sachanlagen	702,9	686,7
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	53,5	54,3
Finanzanlagen	482,0	516,9
Nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen	38,5	40,7
Sonstige Finanzanlagen	443,5	476,1
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	31,4	34,2
Sonstige Vermögenswerte	118,0	131,3
Aktive latente Steuern	25,6	30,6
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>824,2</b>	<b>1.033,5</b>
Vorräte	27,7	27,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	406,4	385,9
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	48,9	48,8
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	24,1	40,0
Sonstige Vermögenswerte	99,5	95,9
Finanzmittel	217,6	435,9
<b>Bilanzsumme Aktiva</b>	<b>4.112,7</b>	<b>3.603,2</b>

Mio. €		
<b>PASSIVA</b>	<b>30.09.2011</b>	<b>31.12.2010</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.892,3</b>	<b>1.772,6</b>
Anteile der Aktionäre der Axel Springer AG	1.646,8	1.562,4
Anteile anderer Gesellschafter	245,5	210,2
<b>Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten</b>	<b>1.369,9</b>	<b>1.003,5</b>
Rückstellungen für Pensionen	303,5	340,2
Sonstige Rückstellungen	42,7	43,6
Finanzverbindlichkeiten	646,7	333,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1,3	1,6
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	4,3	11,1
Sonstige Verbindlichkeiten	122,3	109,1
Passive latente Steuern	249,3	164,3
<b>Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten</b>	<b>850,4</b>	<b>827,2</b>
Rückstellungen für Pensionen	47,3	49,2
Sonstige Rückstellungen	139,4	150,5
Finanzverbindlichkeiten	17,3	22,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	247,1	243,7
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	19,6	22,4
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	70,2	66,5
Sonstige Verbindlichkeiten	309,4	272,4
<b>Bilanzsumme Passiva</b>	<b>4.112,7</b>	<b>3.603,2</b>

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung

<b>Mio. €</b>				
<b>Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung</b>	<b>Q3/2011</b>	<b>Q3/2010</b>	<b>9M/2011</b>	<b>9M/2010</b>
Umsatzerlöse	792,6	711,0	2.318,2	2.075,3
Sonstige betriebliche Erträge	23,1	15,5	54,9	121,6
Bestandsveränderung und andere aktivierte Eigenleistungen	1,9	0,7	2,6	1,3
Materialaufwand	-259,9	-240,7	-763,2	-679,6
Personalaufwand	-212,9	-190,0	-622,4	-579,2
Abschreibungen	-32,4	-26,4	-95,7	-79,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-190,8	-175,9	-562,5	-534,2
Beteiligungsergebnis	3,2	3,9	17,2	11,1
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	1,1	2,1	3,9	3,3
Übriges Beteiligungsergebnis	2,1	1,8	13,3	7,8
Finanzergebnis	-8,9	-6,4	-19,9	-18,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-34,0	-4,4	-96,0	-60,3
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>82,0</b>	<b>87,3</b>	<b>233,2</b>	<b>257,6</b>
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallender Konzernüberschuss	73,7	79,4	207,8	245,3
Auf andere Gesellschafter entfallender Konzernüberschuss	8,3	7,9	25,4	12,3
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)*</b>	<b>0,75</b>	<b>0,86</b>	<b>2,11</b>	<b>2,71</b>
<b>Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)*</b>	<b>0,75</b>	<b>0,86</b>	<b>2,11</b>	<b>2,71</b>

\*) Angaben angepasst nach Aktiensplit im Juni 2011.

<b>Mio. €</b>				
<b>Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen</b>	<b>Q3/2011</b>	<b>Q3/2010</b>	<b>9M/2011</b>	<b>9M/2010</b>
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>82,0</b>	<b>87,3</b>	<b>233,2</b>	<b>257,6</b>
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus leistungsorientierten Plänen	0,0	-9,2	11,1	-15,8
Veränderungen aus der Währungsumrechnung	-11,4	8,4	-0,8	29,3
Veränderungen der Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	1,5	0,0	0,8	0,0
Veränderungen der Zeitwerte von Derivaten in Cashflow Hedges	-1,7	2,5	2,8	-0,2
Sonstiges Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	0,1	-5,2	0,1	14,0
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>-11,5</b>	<b>-3,5</b>	<b>13,9</b>	<b>27,3</b>
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>70,4</b>	<b>83,9</b>	<b>247,1</b>	<b>284,9</b>
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallendes Konzerngesamtergebnis	65,7	72,8	223,1	269,1
Auf andere Gesellschafter entfallendes Konzerngesamtergebnis	4,7	11,0	24,0	15,9

# Konzern-Kapitalflussrechnung

Mio. €	9M/2011	9M/2010*
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>233,2</b>	<b>257,6</b>
Überleitung des Konzernüberschusses auf den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen/Zuschreibungen des Anlagevermögens	95,8	79,9
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-3,9	-3,3
Ausschüttungen der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	5,5	3,9
Ergebnis aus dem Abgang von konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten sowie Vermögenswerten des Anlagevermögens	-0,7	-65,2
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	3,8	8,7
Veränderung der latenten Steuern	-5,3	-36,0
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	0,0	16,6
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-5,3	-5,7
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-6,1	-12,1
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva	27,3	-1,4
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>344,1</b>	<b>243,0</b>
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagevermögen	0,4	0,3
Einzahlungen aus Abgängen von konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich abgegebener Zahlungsmittel	0,6	103,7
Einzahlungen aus dem Abgang von Finanzanlagen	15,2	16,0
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagevermögen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	-83,8	-38,4
Erwerb von Anteilen an konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich übernommener Zahlungsmittel	-548,0	-139,5
Investitionen in Finanzanlagen	-12,6	-72,0
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-628,2</b>	<b>-129,9</b>
Gewinnausschüttung an Gesellschafter der Axel Springer AG	-157,3	-131,2
Gewinnausschüttung an andere Gesellschafter	-12,3	-6,0
Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen	-7,3	-5,5
Ausgabe eigener Anteile	9,4	261,4
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	-0,2	0,0
Aufnahme von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	440,2	172,3
Tilgung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	-178,7	-107,2
Sonstige Finanzierungen	-22,0	0,0
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>71,9</b>	<b>183,8</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>-212,2</b>	<b>297,0</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds	-1,1	4,9
Veränderung des Finanzmittelfonds aus Konsolidierungskreisänderungen	-5,0	0,2
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	435,9	197,3
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>217,6</b>	<b>499,3</b>

\*) Anpassung der Vorjahreswerte aufgrund des seit dem 31.12.2010 geänderten Ausweises von Ergebnissen aus dem Abgang konsolidierter Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten.

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Mio. €	Kumuliertes übriges Eigenkapital									Anteile der Aktionäre der Axel Springer AG	Anteile anderer Gesellschafter	Eigenkapital
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Währungsumrechnung	Zeitwertanpassung			Sonstiges Eigenkapital			
						Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Derivate in Cashflow Hedges					
<b>Stand 01.01.2010</b>	<b>98,9</b>	<b>43,1</b>	<b>1.229,8</b>	<b>-200,7</b>	<b>13,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-15,5</b>	<b>-23,4</b>	<b>1.145,2</b>	<b>51,6</b>	<b>1.196,9</b>	
Konzernüberschuss			245,3						245,3	12,3	257,6	
Sonstiges Ergebnis					25,7	0,0	-0,1	-1,8	23,7	3,6	27,3	
<b>Konzerngesamtergebnis</b>			<b>245,3</b>		<b>25,7</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-1,8</b>	<b>269,1</b>	<b>15,9</b>	<b>284,9</b>	
Gewinnausschüttungen			-131,2						-131,2	-6,0	-137,2	
Ausgabe eigener Anteile			72,4	188,9					261,4		261,4	
Konsolidierungskreisänderungen										161,2	161,2	
Erwerb und Veräußerung nicht beherrschender Anteile			-0,1						-0,1		-0,1	
Sonstige Veränderungen		0,3	2,7						3,0	-1,2	1,8	
<b>Stand 30.09.2010</b>	<b>98,9</b>	<b>43,4</b>	<b>1.419,0</b>	<b>-11,7</b>	<b>38,7</b>	<b>0,0</b>	<b>-15,6</b>	<b>-25,3</b>	<b>1.547,4</b>	<b>221,5</b>	<b>1.768,9</b>	
<b>Stand 01.01.2011</b>	<b>98,9</b>	<b>43,3</b>	<b>1.422,9</b>	<b>-11,2</b>	<b>46,9</b>	<b>2,5</b>	<b>-14,2</b>	<b>-26,6</b>	<b>1.562,4</b>	<b>210,2</b>	<b>1.772,6</b>	
Konzernüberschuss			207,8						207,8	25,4	233,2	
Sonstiges Ergebnis					0,6	0,8	2,8	11,2	15,3	-1,4	13,9	
<b>Konzerngesamtergebnis</b>			<b>207,8</b>		<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>2,8</b>	<b>11,2</b>	<b>223,1</b>	<b>24,0</b>	<b>247,1</b>	
Gewinnausschüttungen			-157,3						-157,3	-12,3	-169,6	
Ausgabe eigener Anteile			4,5	5,0					9,4		9,4	
Konsolidierungskreisänderungen			-0,4						-0,4	2,4	2,0	
Zu-/Abgang nicht beherrschender Anteile			10,1						10,1	20,2	30,3	
Sonstige Veränderungen		0,4	-0,9						-0,5	1,0	0,5	
<b>Stand 30.09.2011</b>	<b>98,9</b>	<b>43,7</b>	<b>1.486,6</b>	<b>-6,3</b>	<b>47,4</b>	<b>3,3</b>	<b>-11,4</b>	<b>-15,5</b>	<b>1.646,8</b>	<b>245,5</b>	<b>1.892,3</b>	

# Konzern-Segmentberichterstattung

## Operative Segmente

Mio. €	Zeitungen National		Zeitschriften National		Print International		Digitale Medien		Services/Holding		Konzernabschluss	
	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010
<b>Außenumsatzerlöse</b>	<b>289,0</b>	<b>290,0</b>	<b>119,8</b>	<b>111,4</b>	<b>113,4</b>	<b>114,2</b>	<b>242,6</b>	<b>170,4</b>	<b>27,7</b>	<b>25,0</b>	<b>792,6</b>	<b>711,0</b>
Innenumsatzerlöse	2,6	2,7	1,3	0,1	10,0	11,7	8,6	6,2	72,2	76,3		
Segmentumsatzerlöse	291,6	292,7	121,1	111,5	123,4	125,9	251,2	176,6	99,9	101,3		
<b>EBITDA*</b>	<b>75,0</b>	<b>74,7</b>	<b>26,8</b>	<b>20,8</b>	<b>16,3</b>	<b>18,9</b>	<b>40,5</b>	<b>15,8</b>	<b>-1,1</b>	<b>-5,6</b>	<b>157,6</b>	<b>124,6</b>
<b>EBITDA-Rendite*</b>	<b>26,0%</b>	<b>25,8%</b>	<b>22,4%</b>	<b>18,6%</b>	<b>14,4%</b>	<b>16,5%</b>	<b>16,7%</b>	<b>9,3%</b>			<b>19,9%</b>	<b>17,5%</b>
Enthaltenes Ergebnis aus Beteiligungen	0,3	0,2	0,1	0,0	0,9	1,5	0,5	0,5	1,4	1,4	3,2	3,7
Davon nach der Equity-Methode bewertet	0,0	0,0	0,1	0,0	0,9	1,5	0,1	0,1	0,0	0,4	1,1	2,1
Ab-/Zuschreibungen (ohne Kaufpreisallokationen)	-0,7	-0,6	-0,3	-0,2	-3,1	-3,0	-4,1	-2,7	-12,4	-11,0	-20,5	-17,5
<b>EBIT*</b>	<b>74,4</b>	<b>74,2</b>	<b>26,5</b>	<b>20,5</b>	<b>13,3</b>	<b>15,9</b>	<b>36,4</b>	<b>13,1</b>	<b>-13,5</b>	<b>-16,6</b>	<b>137,1</b>	<b>107,1</b>
Effekte aus Kaufpreisallokationen	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,6	-4,0	-8,3	-5,2	0,0	0,0	-11,9	-9,2
Sondereffekte	0,0	0,0	0,0	0,2	-0,4	-0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	-0,3	0,2
Segmentergebnis vor Zinsen und Steuern	74,4	74,2	26,5	20,7	9,3	11,7	28,2	8,1	-13,5	-16,6	124,9	98,1
Finanzergebnis											-8,9	-6,4
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag											-34,0	-4,4
<b>Konzernüberschuss</b>											<b>82,0</b>	<b>87,3</b>

\*) Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen.

## Geografische Informationen

Mio. €	Deutschland		Übrige Länder		Konzernabschluss	
	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010	Q3/2011	Q3/2010
Außenumsatzerlöse	531,9	504,1	260,7	206,9	792,6	711,0



**Operative Segmente**

Mio. €	Zeitungen National		Zeitschriften National		Print International		Digitale Medien		Services/Holding		Konzernabschluss	
	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010
<b>Außenumsatzerlöse</b>	<b>854,1</b>	<b>874,3</b>	<b>353,1</b>	<b>354,4</b>	<b>350,0</b>	<b>268,5</b>	<b>677,7</b>	<b>504,3</b>	<b>83,3</b>	<b>73,8</b>	<b>2.318,2</b>	<b>2.075,3</b>
Innenumsatzerlöse	7,5	6,6	3,8	0,7	32,9	19,7	26,0	17,8	215,2	224,7		
Segmentumsatzerlöse	861,6	880,9	356,9	355,0	382,8	288,1	703,7	522,1	298,5	298,5		
<b>EBITDA*</b>	<b>203,6</b>	<b>230,3</b>	<b>82,1</b>	<b>78,6</b>	<b>56,8</b>	<b>34,8</b>	<b>111,9</b>	<b>56,1</b>	<b>-8,1</b>	<b>-13,9</b>	<b>446,3</b>	<b>385,8</b>
<b>EBITDA-Rendite*</b>	<b>23,8 %</b>	<b>26,3 %</b>	<b>23,2 %</b>	<b>22,2 %</b>	<b>16,2 %</b>	<b>13,0 %</b>	<b>16,5 %</b>	<b>11,1 %</b>			<b>19,3 %</b>	<b>18,6 %</b>
Enthaltenes Ergebnis aus Beteiligungen	2,9	1,5	0,5	0,3	3,4	3,3	6,0	6,1	4,3	3,8	17,2	15,0
Davon nach der Equity-Methode bewertet	0,0	0,0	0,5	0,2	3,3	3,2	0,2	0,3	0,0	-0,3	3,9	3,3
Ab-/Zuschreibungen (ohne Kaufpreisallokationen)	-1,9	-3,5	-0,8	-1,5	-9,5	-6,3	-11,0	-7,9	-37,2	-38,2	-60,4	-57,4
<b>EBIT*</b>	<b>201,6</b>	<b>226,8</b>	<b>81,3</b>	<b>77,1</b>	<b>47,3</b>	<b>28,5</b>	<b>100,9</b>	<b>48,1</b>	<b>-45,2</b>	<b>-52,1</b>	<b>385,9</b>	<b>328,4</b>
Effekte aus Kaufpreisallokationen	0,0	0,0	0,0	0,0	-12,1	-6,0	-23,2	-18,4	-0,1	-0,1	-35,4	-24,5
Sondereffekte	0,0	6,2	0,0	1,7	-0,4	-2,9	-1,1	27,6	0,0	0,0	-1,5	32,6
Segmentergebnis vor Zinsen und Steuern	201,6	232,9	81,3	78,8	34,9	19,6	76,6	57,3	-45,3	-52,1	349,1	336,5
Finanzergebnis											-19,9	-18,7
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag											-96,0	-60,3
<b>Konzernüberschuss</b>											<b>233,2</b>	<b>257,6</b>

\*) Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen.

**Geografische Informationen**

Mio. €	Deutschland		Übrige Länder		Konzernabschluss	
	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010	9M/2011	9M/2010
Außenumsatzerlöse	1.560,4	1.516,1	757,8	559,2	2.318,2	2.075,3

# Anhang

## Allgemeine Angaben

Die Axel Springer Aktiengesellschaft („Axel Springer AG“) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin, Deutschland.

Der Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2011 der Axel Springer AG erfüllt die Anforderungen des Wertpapierhandelsgesetzes. Die Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses erfolgte in Übereinstimmung mit den Vorschriften des IAS 34 in verkürzter Form und in Anwendung von § 315a HGB nach den am Abschlussstichtag für Zwischenberichte gültigen und von der Europäischen Union (EU) anerkannten International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den vom IASB gebilligten Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC). Die Darstellungswährung ist Euro (€); sofern nicht anderweitig angegeben, werden alle Beträge in Millionen Euro (Mio. €) berichtet. Summen und Prozentangaben wurden auf Basis der nicht gerundeten Euro-Beträge berechnet und können von einer Berechnung auf Basis der berichteten Millionen-Euro-Beträge abweichen.

Die für den Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2011 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie die angewandten Schätzungsmethoden entsprechen grundsätzlich denen des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2010. Eine detaillierte Beschreibung dieser Methoden ist im Anhang des Konzernabschlusses 2010 veröffentlicht.

## Konsolidierungskreis

Es haben sich folgende Veränderungen in der Zusammensetzung des Konsolidierungskreises ergeben:

	30.09.2011	31.12.2010
<b>Vollkonsolidierte Gesellschaften</b>		
Deutschland	51	52
Übrige Länder	61	64
<b>Vollkonsolidierte Zweckgesellschaften</b>		
Deutschland	2	3
<b>Nach der Equity-Methode einbezogene Gesellschaften</b>		
Deutschland	3	3
Übrige Länder	3	3

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 haben wir die ZZ-Kurier Gesellschaft für Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb mbH, Hamburg, auf die Axel Springer Vertriebservice GmbH, Hamburg, (ehemals Axel Springer Verlag Vertriebsgesellschaft mbH) sowie in Belgrad, Serbien, die 24 sata d.o.o., die IP Alo Novine d.o.o. und die Blic Magazin d.o.o. auf die Ringier Axel Springer d.o.o. verschmolzen. Darüber hinaus wurde in London, Großbritannien, die Geschäftstätigkeit der Perfiliate Gruppe auf die Digital Window Limited übertragen. Die fünf zur Perfiliate Gruppe gehörenden vollkonsolidierten Gesellschaften wurden somit zum 1. Januar 2011 entkonsolidiert.

Unsere Beteiligungen an der enFemenino SARL, Madrid, Spanien, alFemminile s.r.l., Mailand, Italien, sowie Digital Window Inc., Wilmington, USA, wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2011 erstmalig vollkonsolidiert.

Die bislang im Wege der Vollkonsolidierung einbezogene „Sächsischer Bote“ Wochenblatt Verlag GmbH, Dresden, wurde Anfang März 2011 veräußert.

Anfang März 2011 wurde der Erwerb von 74,9% der Anteile an der Juno Internet GmbH, Berlin, (Internetportal kaufDA) vollzogen. Die Gesellschaft wird seitdem vollkonsolidiert.

Mit Wirkung zum 1. März 2011 erwarben wir die Mehrheit der Anteile an der SeLogger.com SA, Paris, Frank-

reich. Die Gesellschaft sowie drei weitere Tochterunternehmen werden seitdem vollkonsolidiert.

Der Erwerb von 100 % der Anteile an der The Mbuyu Community B.V., Amsterdam, Niederlande, (M4N) wurde Anfang Juni 2011 vollzogen. Die Gesellschaft wird seit dem 1. Juni 2011 im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen.

Ende Juni 2011 wurden in Zürich, Schweiz, zwei Tochtergesellschaften auf die students.ch AG verschmolzen, die in diesem Zusammenhang in die Amiado Online AG umfirmiert wurde. In Prag, Tschechische Republik, wurden ebenfalls Ende Juni 2011 zwei Tochtergesellschaften auf die Ringier Axel Springer CZ a.s. verschmolzen.

Anfang August 2011 wurde der Erwerb von 100 % der Anteile an Netmums Ltd., Watford, Großbritannien, vollzogen. Die Gesellschaft wird seitdem vollkonsolidiert. Die neu gegründete Gesellschaft zanox Sp. z o.o., Warschau, Polen, wird seit September 2011 in den Konzernabschluss einbezogen.

Mit der Einbringung von Immobilienvermögen in den neu geschaffenen Axel Springer Pensionstreuhand e.V., Berlin, haben wir den bislang als Zweckgesellschaft konsolidierten Axel-Springer-Immobilien-Fonds-I Dr. Rühl & Co. KG, Düsseldorf, entkonsolidiert. Darüber hinaus wurde in Oslo, Norwegen, die OY StepStone AB liquidiert und damit im September 2011 entkonsolidiert.

## *Akquisitionen und Desinvestitionen*

Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie haben wir mit Übernahme der Mehrheit am führenden französischen Online-Immobilienportal unser digitales Geschäft im Bereich Online-Rubriken/Marktplätze deutlich erweitert. Im September 2010 hatten wir zunächst 12,4 % der Aktien der SeLogger.com SA, Paris, Frankreich, erworben. Durch die erste Phase des öffentlichen Übernahmeangebots erwarben wir weitere 61,8 % der Anteile und erlangten damit Anfang März 2011 die Beherrschung über SeLogger. Mit Ablauf der zweiten Phase des öffentlichen Übernahmeangebots hielten wir Ende März 2011

98,7 % der Gesellschaftsanteile. Darüber hinaus haben wir Optionsrechte zum Erwerb weiterer 0,3 % der Anteile vereinbart. Diese Optionsrechte umfassen auch den Erwerb von Aktien, die in den Jahren 2011 bis 2016 im Rahmen der bei SeLogger noch bestehenden Mitarbeiteroptionsprogramme ausgegeben werden.

Die Anschaffungskosten von insgesamt € 632,5 Mio. beinhalteten vor allem den bereits gezahlten Kaufpreis von insgesamt € 624,8 Mio. (davon € 70,0 Mio. im September 2010) sowie Verbindlichkeiten von € 7,7 Mio. aus Zusagen in Zusammenhang mit den Mitarbeiteroptionsprogrammen. Die im sonstigen betrieblichen Aufwand erfassten Anschaffungsnebenkosten betragen € 3,6 Mio. Die Finanzierung der Akquisition erfolgte neben der Verwendung eigener Finanzmittel durch Inanspruchnahme unserer Kreditlinie.

Die Anschaffungskosten dieses Unternehmenszusammenschlusses konnten den erworbenen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten anhand der vorläufigen Kaufpreisallokation zum Erwerbsstichtag wie folgt zugeordnet werden:

Mio. €	Buchwert vor Akquisition	Anpassungsbetrag	Buchwert nach Akquisition
Titelrechte	0,0	128,5	128,5
Kundenbeziehungen	0,0	105,6	105,6
Sonstige Konzessionen, Schutzrechte	1,0	3,1	4,1
Sachanlagen	1,0	0,0	1,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13,5	0,0	13,5
Sonstige Vermögenswerte	3,5	0,0	3,5
Finanzmittel	44,3	0,0	44,3
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-7,6	0,0	-7,6
Finanzverbindlichkeiten	-23,9	0,0	-23,9
Sonstige Verbindlichkeiten	-14,1	0,0	-14,1
Passive latente Steuern	0,0	-81,7	-81,7
<b>Nettovermögen</b>	<b>17,9</b>	<b>155,5</b>	<b>173,4</b>
Nicht beherrschende Anteile			1,7
Anschaffungskosten			632,5
<b>Vorläufiger Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>460,9</b>

Die Kaufpreisallokation berücksichtigt alle auf den Erwerbstichtag bezogenen werterhellenden Erkenntnisse und ist insbesondere wegen der zeitlichen Nähe des Erwerbsvorgangs zum Bilanzstichtag noch nicht abgeschlossen.

Von den erworbenen sonstigen immateriellen Vermögenswerten unterliegen Vermögenswerte mit einem Buchwert von € 128,3 Mio. einer unbestimmten Nutzungsdauer. Der vorläufige und steuerlich nicht abzugsfähige Geschäfts- oder Firmenwert ist vor allem nicht separierbaren Werten wie dem Mitarbeiter-Know-how sowie erwarteten Synergieeffekten aus der Integration zuzurechnen und wurde dem Segment Digitale Medien zugeordnet.

Der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betrug € 16,9 Mio. Darauf sind Wertberichtigungen in Höhe von € 3,4 Mio. erfasst.

Im Rahmen eines im März 2011 eingeleiteten Squeeze-out-Verfahrens wurden Anfang April die verbleibenden 1,0% des Aktienkapitals zum Preis von € 6,5 Mio. über-

nommen und bilanziell als Erwerb nicht beherrschender Anteile (€ 1,7 Mio.) behandelt. Der Unterschiedsbetrag in Höhe von € 4,8 Mio. wurde im erwirtschafteten Eigenkapital verrechnet.

Der Zeitwert der zum Zeitpunkt der Erlangung der Beherrschung bereits gehaltenen Anteile entsprach dem Buchwert in Höhe von € 78,3 Mio.

Seit dem erstmaligen Einbezug hat SeLogger zum Konzernumsatz in Höhe von € 54,7 Mio. sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von € 11,7 Mio. beigetragen. Wenn SeLogger bereits am 1. Januar 2011 vollkonsolidiert worden wäre, hätte SeLogger zum Konzernumsatz in Höhe von € 69,1 Mio. sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von € 14,1 Mio. beigetragen.

Aufgrund der Beendigung einer Call- und Put-Optionsvereinbarung wurden Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben von € 38,4 Mio. ausgebucht. Entsprechend dem Anteil am Nettoeigenvermögen (einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert) von 25,1% erhöhten sich die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter um € 22,1 Mio. Der verbleibende Betrag von € 16,3 Mio. erhöhte das erwirtschaftete Eigenkapital.

Weitere in den ersten neun Monaten 2011 vollzogene Unternehmenstransaktionen hatten einzeln und in Summe keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

### *Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen*

Von Januar bis September 2011 wurden von nahe stehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen mit einem Wert von € 71,1 Mio. (Vj.: € 76,2 Mio.) empfangen. Die für nahe stehende Unternehmen erbrachten Lieferungen und Leistungen erreichten im Berichtszeitraum ein Volumen von € 71,8 Mio. (Vj.: € 48,4 Mio.). Die Transaktionen, aus denen diese empfangenen und erbrachten Lieferungen und Leistungen resultierten, entsprechen grundsätzlich dem im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 beschriebenen Lieferungs- und Leistungsumfang.

## Sonstige Angaben

Für die Berechnung der Pensionsverpflichtungen wurde ein Zinssatz in Höhe von 5,0% zugrunde gelegt (31. Dezember 2010: 4,6%). Daraus resultierte eine erfolgsneutrale Verringerung der Pensionsverpflichtungen um € 16,1 Mio. sowie der aktiven latenten Steuern um € 5,0 Mio.

Die im Segment Digitale Medien ausgewiesenen Sondereffekte (€ – 1,1 Mio.) betreffen Aufwendungen im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben. Die Effekte aus Kaufpreisallokationen beinhalteten im Wesentlichen planmäßige Abschreibungen.

Die Hauptversammlung am 14. April 2011 hat beschlossen, das Grundkapital der Axel Springer AG in 98,940 Mio. (vorher: 32,980 Mio.) Stückaktien einzuteilen. Aufgrund dieses Aktiensplits wurde die Berechnung des Vorjahresergebnisses je Aktie entsprechend angepasst. Das Ergebnis je Aktie wurde mit einem gewichteten Durchschnitt der ausgegebenen Aktien von 98,429 Mio. Stück (Vj.: 89,425 Mio. Stück) ermittelt.

Anfang Mai 2011 haben wir gemeinsam mit Ringier aus verfahrensbedingten Gründen den Antrag auf Kartellfreigabe für den Zusammenschluss unserer gemeinsamen Geschäftsaktivitäten in Ungarn zurückgezogen. Die Durchführung des Zusammenschlusses ist jedoch weiterhin geplant. Somit erfolgte die Einbringung der ungarischen Geschäftsaktivitäten in die Ringier Axel Springer Media und damit die erstmalige Einbeziehung der ungarischen Ringier-Gesellschaften in unseren Konzernabschluss nicht wie ursprünglich erwartet bis Mitte des Jahres 2011. Darüber hinaus gibt es keine finanziellen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Für das bestehende Joint Venture hat die Rücknahme des Kartellantrags ebenfalls keine Auswirkungen.

Vor dem Hintergrund einer außergerichtlichen Beilegung der Steuerfälle der Doğan TV-Gruppe und bestehender Freistellungsverpflichtungen der Doğan Yahin Holding A.S. hat sich diese gegenüber Axel Springer verpflichtet, Mittel in Höhe von umgerechnet € 64,7 Mio. zur Teilnahme an einer Kapitalerhöhung bei Doğan TV Holding

A.S. zur Verfügung zu stellen. Axel Springer hat sich im Gegenzug verpflichtet, an der Kapitalerhöhung mit den überlassenen Mitteln teilzunehmen. Die Kapitalerhöhung wurde im August 2011 umgesetzt. Dem wirtschaftlichen Gehalt der Transaktion entsprechend wurde dieser Mittelzu- und -abfluss in der Kapitalflussrechnung saldiert ausgewiesen.

Zur Sicherung und Bedienung bestehender Pensionsverpflichtungen der Axel Springer AG und deutscher Konzerngesellschaften haben wir den rechtlich selbständigen Axel Springer Pensionstreuhand e.V., Berlin, gegründet, der sukzessive mit zweckgebundenen Vermögenswerten ausgestattet werden soll. Mit Wirkung zum 1. September 2011 wurde das bislang in der vollkonsolidierten Zweckgesellschaft Axel-Springer-Immobilien-Fonds-I Dr. Rühl & Co. KG, Düsseldorf, gehaltene Immobilienvermögen in den Verein eingebracht, der das Vermögen treuhänderisch verwaltet. Das mit den Pensionsrückstellungen zu saldierende Planvermögen wurde in diesem Zusammenhang um € 24,5 Mio. erhöht. Durch die Anmietung der eingebrachten Gebäudeflächen durch die Axel Springer AG im Rahmen eines Finanzierungsleasingverhältnisses haben wir einen Vermögenswert in Höhe von € 22,6 Mio. in den Sachanlagen und eine Verbindlichkeit in Höhe von € 22,6 Mio. in den Finanzverbindlichkeiten erfasst.

## *Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht*

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Axel Springer AG für den Zeitraum vom 1. Januar 2011 bis 30. September 2011, die Bestandteile des Quartalsfinanzberichts nach § 37x Abs. 3 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben. Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, den 4. November 2011

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Ulrich Plett  
Wirtschaftsprüfer



Gunnar Glöckner  
Wirtschaftsprüfer

## *Bericht des Audit Committee des Aufsichtsrats*

Der Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2011 sowie die als Grundlage für seine Beurteilung erstellte Bescheinigung des Abschlussprüfers über die prüferische Durchsicht des Konzernzwischenabschlusses haben dem Audit Committee des Aufsichtsrats vorgelegen. Die Unterlagen wurden vom Vorstand erläutert und mit dem Prüfer erörtert. Das Audit Committee hat dem Konzernzwischenabschluss zugestimmt.

Eine Wiedergabe der Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht des Abschlussprüfers ist im Anhang dieses Quartalsfinanzberichts enthalten.

Berlin, im November 2011

Dr. Giuseppe Vita  
Vorsitzender des Audit Committee

### Disclaimer

Dieser Quartalsfinanzbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen mit damit verbundenen Risiken und Unwägbarkeiten. Die tatsächliche Geschäftsentwicklung und die Ergebnisse der Axel Springer AG sowie des Konzerns können in der Zukunft unter Umständen wesentlich von den diesem Quartalsfinanzbericht zugrunde gelegten Annahmen abweichen. Dieser Quartalsfinanzbericht stellt kein Angebot zum Verkauf und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der Axel Springer AG dar. Dieser Quartalsfinanzbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.



# Weitere Informationen

## Finanzkalender 2011

Bilanzpressekonferenz	2. März 2011
Hauptversammlung	14. April 2011
Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2011	11. Mai 2011
Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2011	3. August 2011
Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2011	7. November 2011

## Angaben zur Aktie

in €*	9M/2011	9M/2010	Veränderung
Ergebnis je Aktie (verwässert)	2,11	2,71	-22,1 %
Schlusskurs	25,93	32,32	-19,8 %
Höchstkurs	41,67	32,40	28,6 %
Tiefstkurs	24,98	24,44	2,2 %
Durchschnittskurs	34,60	28,30	22,3 %

\*) Angaben angepasst nach Aktiensplit im Juni 2011 (s. Seite 19).

## Angaben zur Notierung

Aktientyp	Vinkulierte Namensaktie
Handelsplatz	Frankfurt (Amtlicher Markt)
Börsensegment	Prime Standard
Wertpapierkennnummer	550 135, 575 423
ISIN	DE0005501357, DE0005754238
Reuters	SPRGn.F
Bloomberg	SPR GY

## Kontakte

Axel Springer AG  
 Axel-Springer-Straße 65  
 10888 Berlin  
 Tel. +49 (0) 30 25 91-0

Investor Relations  
 Fax +49 (0) 30 25 91-7 74 22  
 ir@axelspringer.de

Claudia Thomé  
 Leiterin Investor Relations  
 Tel. +49 (0) 30 25 91-7 74 21  
 claudia.thome@axelspringer.de

Daniel Fard-Yazdani  
 Stellvertretender Leiter Investor Relations  
 Tel. +49 (0) 30 25 91-7 74 25  
 daniel.fard-yazdani@axelspringer.de

Weitere Informationen über die Axel Springer AG sind im Internet abrufbar unter [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de).

Der Quartalsfinanzbericht liegt auch in englischer Sprache vor.