



# Quartalsfinanzbericht

*zum 31. März 2015*

# Konzern-Kennzahlen

Fortgeführte Aktivitäten in Mio. €	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
<b>Konzern</b>			
<b>Gesamterlöse</b>	<b>780,6</b>	<b>692,3</b>	<b>12,7 %</b>
<i>Anteil Erlöse digitale Medien<sup>1)</sup></i>	<i>62,9 %</i>	<i>55,0 %</i>	
<b>EBITDA<sup>2)</sup></b>	<b>119,8</b>	<b>118,4</b>	<b>1,2 %</b>
<i>EBITDA-Rendite<sup>2)</sup></i>	<i>15,3 %</i>	<i>17,1 %</i>	
<i>Anteil EBITDA digitale Medien<sup>1)</sup></i>	<i>72,8 %</i>	<i>60,0 %</i>	
EBIT <sup>3)</sup>	95,3	98,9	-3,6 %
Konzernüberschuss	43,0	65,6	-34,4 %
Konzernüberschuss, bereinigt <sup>3)</sup>	57,6	61,6	-6,5 %
<b>Segmente</b>			
<b>Erlöse</b>			
Rubrikenangebote	176,2	111,2	58,5 %
Bezahlangebote	348,7	353,8	-1,5 %
Vermarktungsangebote	219,0	188,9	16,0 %
Services/Holding	36,7	38,4	-4,6 %
<b>EBITDA<sup>2)</sup></b>			
Rubrikenangebote	70,7	48,2	46,6 %
Bezahlangebote	40,3	57,3	-29,7 %
Vermarktungsangebote	22,4	26,4	-15,1 %
Services/Holding	-13,6	-13,6	-
<b>Finanz- und Vermögenslage</b>			
Frei verfügbarer Cashflow <sup>4)</sup>	70,9	79,0	-10,3 %
Investitionen <sup>5)</sup>	-23,6	-17,8	-
Bilanzsumme <sup>6)</sup>	5.673,5	5.557,7	2,1 %
<i>Eigenkapitalquote<sup>6)</sup></i>	<i>43,6 %</i>	<i>42,4 %</i>	
Nettoverschuldung/-liquidität <sup>6)</sup>	-662,2	-667,8	-
<b>Aktienbezogene Kennzahlen<sup>7)</sup></b>			
Ergebnis je Aktie, bereinigt (in €) <sup>3) 8)</sup>	0,44	0,52	-14,2 %
Ergebnis je Aktie (in €)	0,32	0,58	-44,8 %
Schlusskurs (in €)	55,00	46,46	18,4 %
Marktkapitalisierung <sup>9)</sup>	5.441,7	4.596,8	18,4 %
<b>Mitarbeiterzahl (Durchschnitt)</b>	<b>14.595</b>	<b>13.085</b>	<b>11,5 %</b>

<sup>1)</sup> Bezogen auf das operative Geschäft (ohne das Segment Services/Holding).

<sup>2)</sup> Bereinigt um Sondereffekte.

<sup>3)</sup> Bereinigt um Sondereffekte und Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen.

<sup>4)</sup> Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit abzgl. Capital Expenditures zzgl. Einzahlungen aus Abgängen von immateriellem Vermögen sowie Sachanlagen.

<sup>5)</sup> Investitionen in immaterielles Vermögen, Sachanlagen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien (Capital Expenditures).

<sup>6)</sup> Zum 31. März 2015 bzw. 31. Dezember 2014.

<sup>7)</sup> Kursangaben basierend auf XETRA-Schlusskursen.

<sup>8)</sup> Die bereinigten Ergebnisse je Aktie (verwässert/unverwässert) wurden auf Basis des gewichteten Durchschnitts der ausgegebenen Aktien im Berichtsjahr (98,9 Mio.) ermittelt.

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

# Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2015 Axel Springer Konzern

## *Geschäfts- und Ertragsentwicklung auf einen Blick*

### *Umsatz- und Ergebnisentwicklung*

Der Axel Springer Konzern ist gut ins Geschäftsjahr gestartet. Die Konzernumsätze lagen in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres mit € 780,6 Mio. um 12,7 % über dem Vorjahreswert. Dabei konnte das Wachstum bei den digitalen Medien wie erwartet die Rückgänge im Printgeschäft mehr als ausgleichen. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte lagen die Gesamterlöse mit 2,5 % über dem Wert des Vorjahreszeitraums.

Das EBITDA lag mit € 119,8 Mio. auf Vorjahresniveau (€ 118,4 Mio.). Ein deutlicher Anstieg bei den Rubrikenangeboten kompensierte Ergebnisrückgänge bei den Vermarktungs- und Bezahlangeboten. Das Segment Services/Holding war gegenüber dem Vorjahr stabil.

### *Vergleich der Geschäftsentwicklung mit unseren Erwartungen*

Die Entwicklung im ersten Quartal bestätigte im Wesentlichen unsere Prognose für das Gesamtjahr 2015.

Zu dem zweistelligen prozentualen Anstieg der Gesamterlöse im ersten Quartal trugen Konsolidierungseffekte bei, deren Einfluss im Jahresverlauf abnehmen sollte. Für das Gesamtjahr gehen wir von einer Steigerung der Gesamterlöse im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Wie erwartet lagen die Werbeerlöse im ersten Quartal – getrieben durch die Entwicklung bei den digitalen Medien – über dem Vorjahreswert, während die Vertriebslöse Rückgänge verzeichneten. Die übrigen Erlöse entwickelten sich besser als erwartet und konnten gegenüber dem Vorjahreswert zulegen. Für das EBITDA erwarten wir aufgrund verschiedener Faktoren, den geplanten Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich im Wesentlichen durch Ergebniszuwächse in der zweiten Jahreshälfte zu erreichen.

### *Ausblick 2015*

Für das Geschäftsjahr 2015 rechnen wir im Konzern mit einem Anstieg der **Gesamterlöse** im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Wir gehen davon aus, dass der geplante Anstieg der Werbeerlöse den Rückgang der Vertriebslöse und der übrigen Erlöse überkompensieren wird.

Für das **EBITDA** erwarten wir einen Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich. Dabei wird ein Anstieg des EBITDA in den Segmenten Rubrikenangebote und Services/Holding erwartet, während die Bezahlangebote auch aufgrund von weiteren Investitionen in die Produktqualität und die Digitalisierung ein EBITDA unter dem Vorjahresniveau erreichen sollten. Für die Vermarktungsangebote rechnen wir unter anderem aufgrund der geplanten strukturellen Anpassungsmaßnahmen im Bereich des Performance-Marketings sowie der geplanten Aufwendungen für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und die Internationalisierung digitaler Geschäftsmodelle im Bereich der Reichweitenvermarktung ebenfalls mit einem EBITDA unter dem Vorjahresniveau.

Für das **EBIT** erwarten wir eine dem EBITDA vergleichbare Entwicklung.

Für das **bereinigte Ergebnis je Aktie** erwarten wir aufgrund einer geringeren Quote des auf Minderheiten entfallenden bereinigten Konzernüberschusses einen Anstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahreswert.

### *Grundlagen des Konzerns*

Die im Geschäftsbericht am 4. März 2015 veröffentlichten Grundlagen des Konzerns sind nach wie vor zutreffend.

Insbesondere verfolgen wir weiter konsequent eine Strategie des profitablen Wachstums mit dem Ziel, der führende digitale Verlag zu werden.

# Wirtschaftsbericht

## Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

#### Gesamtwirtschaft

Nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) hat der starke Fall der Ölpreise seit dem Sommer 2014 einen insgesamt positiven Effekt auf die **Weltwirtschaft**. In seiner im April 2015 vorgelegten Frühjahrsprognose zählt der IWF vor allem die Staaten der Eurozone, die USA und Japan zu den Profiteuren. Die Eurozone befindet sich zur Jahreswende 2014/2015 insbesondere bei Konsumausgaben und Exporten wieder in einer Aufwärtsbewegung. In den USA hat sich das Wachstum insgesamt kräftig beschleunigt, während China zuletzt eine Abschwächung der Wirtschaftsdynamik verzeichnete.

Die **deutsche Wirtschaft** befindet sich nach Einschätzung der am Frühjahrsgutachten 2015 beteiligten Forschungsinstitute in einer Phase kräftigen Aufschwungs. Der massive Rückgang der Rohölpreise und die Abwertung des Euro haben wesentlich dazu beigetragen. Der private Konsum hat deutlich an Dynamik gewonnen. Er trägt mittlerweile maßgeblich zum Aufschwung bei. Die Exporte profitieren von der deutlichen Abwertung des Euro und von der zunehmenden wirtschaftlichen Erholung im Euroraum.

Die Stimmung der Unternehmen hat sich deutlich verbessert. Der vom ifo Institut erhobene Geschäftsklimaindex ist im März auf den höchsten Stand seit Juli 2014 gestiegen. Das von der GfK ermittelte Konsumklima stieg im ersten Quartal 2015 ebenfalls weiter an. Insbesondere die Anschaffungsneigung hat sich wesentlich verbessert.

Die Verbraucherpreise haben sich nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im ersten Quartal 2015 im Vergleich zum Vorjahresquartal nicht verändert. Sinkende Preise für Mineralölprodukte standen dabei u. a. steigenden Mieten gegenüber. Im März 2015 verzeichnete die Bundesagentur für Arbeit 2,9 Mio. Arbeitslose. Die Zahl nahm damit im Vergleich zum Vorjahr um 4,0 % ab, die Arbeitslosenquote lag bei 6,8 %.

#### Vertriebsmarkt

Der inländische **Pressevertriebsmarkt** entwickelte sich erneut leicht rückläufig. Die verkaufte Gesamtauflage der Zeitungen und Zeitschriften lag 6,0 % unter der des Vorjahreszeitraums. Aufgrund der in den vergangenen vier Quartalen realisierten Preiserhöhungen sind die Vertriebsumsätze jedoch nur um 3,5 % gesunken.

Die 352 IWW-gemeldeten **Tages- und Sonntagszeitungen** erreichten einen Gesamtverkauf von 19,0 Mio. Exemplaren pro Erscheinungstag. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprach dies einem Rückgang von 4,9 %. Der Einzelverkauf (-9,2 %) ist – wie auch im Vorjahr – deutlich stärker betroffen als das Abonnement (-3,6 %). Die Nachfrage im Segment der Tages- und Sonntagszeitungen innerhalb des Pressevertriebsmarktes gab – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 5,8 % nach.

Der Gesamtverkauf der **Publikumszeitschriften** inklusive der Mitglieder- und Club-Magazine lag bei 98,9 Mio. Exemplaren pro Erscheinungstag. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprach dies einem Rückgang von 5,2 %. Die Anzahl der IWW-gemeldeten Titel betrug 793 (-5,8 % zum Vorjahr). Die Nachfrage im Segment der Publikumszeitschriften gab – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 6,4 % nach.

Während die Auflagen bei den Printmedien auch im ersten Quartal des laufenden Jahres erneut sanken, blieben die **Online-Medien** weiter auf Wachstumskurs. Laut der Studie „internet facts 2015-02“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) nutzen bereits 55,5 Mio. Personen in Deutschland das Internet (Internetnutzer innerhalb der vergangenen drei Monate). Dies entspricht einem Anteil von 75,5 % der deutschen Wohnbevölkerung ab 10 Jahren. Von den regelmäßigen Nutzern informieren sich 68,8 % online über das Weltgeschehen und 62,6 % über regionale oder lokale Ereignisse. Damit gehören News-Angebote neben E-Mails, Online-Recherchen, Online-Shopping und Wetterinformationen zu den wichtigsten thematischen Schwerpunkten. Auch Jobbörsen zählen zu den 20 meistgenutzten Online-Kategorien. Neben dem stationären Internet gewinnt nach der Studie „mobile facts 2014-IV“ das mobile Internet unverändert an Bedeutung. Im ersten Quartal 2015 waren 34,3 Millionen

Menschen mobil im Internet (48,6 % der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren). In den meisten Fällen (62,8 %) findet die mobile Internetnutzung zusätzlich zur stationären Nutzung statt. Laut IWW wurden die Content-Portale deutscher Printmedien im ersten Quartal 2015 wesentlich häufiger besucht als im ersten Quartal 2014. Die 20 populärsten Portale deutscher Tageszeitungen steigerten demnach die Zahl der Visits aggregiert um 11,9 %, während die Besuche von Portalen der Zeitschriften um 13,9 % zunahmen.

### *Geschäftsverlauf*

Im Februar 2015 hat Axel Springer Digital Classifieds mit den Gesellschaftern des Immobilienportals **Immowelt** eine Vereinbarung über die Zusammenführung der Immowelt-Gruppe und der zu Axel Springer Digital Classifieds gehörigen **Immonet**-Gruppe geschlossen. Nach Vollzug verschiedener Kauf- und Einbringungsverträge werden beide Immobilienportale künftig unter dem Dach der neuen Immowelt Holding AG vereint. Axel Springer Digital Classifieds wird mit 55 % mehrheitlich an dem Gemeinschaftsunternehmen beteiligt sein. Die weiteren 45 % werden die bisherigen Gesellschafter der Immowelt AG halten. Axel Springer Digital Classifieds hat den übrigen Gesellschaftern im Zusammenhang mit der Transaktion verschiedene Optionen zum Verkauf ihrer Beteiligung an dem Gemeinschaftsunternehmen an Axel Springer Digital Classifieds eingeräumt. Der Transaktion liegt eine Bewertung beider Unternehmen in Höhe von insgesamt € 420 Mio. zugrunde. Axel Springer Digital Classifieds leistet im Zusammenhang mit der Herstellung der neuen Struktur Kaufpreiszahlungen in Höhe von insgesamt ca. € 131 Mio. an die bisherigen Immowelt-Gesellschafter. Die Zusammenführung der beiden Portale stellt für Axel Springer Digital Classifieds die Möglichkeit dar, die Wettbewerbsposition im deutschen Marktsegment für Immobilienportale nachhaltig zu verbessern. Die Freigabe der zuständigen Kartellbehörden erfolgte im April 2015. Der Vollzug der Transaktion wird im zweiten Quartal 2015 erwartet.

Axel Springer Digital Ventures, eine 100 %-ige Tochtergesellschaft von Axel Springer, hat sich im ersten Quartal des laufenden Jahres als Hauptinvestor an einer Finanzierungsrunde in Höhe von 25 Mio. US-\$ an **Business Insider** beteiligt und hält damit künftig einen Minderheitsanteil. Business Insider mit Sitz in New York betreibt die größte Wirtschaftsnachrichten-Website in den USA (businessinsider.com). Das Unternehmen ist mit regionalen Websites in sieben Ländern präsent.

aufeminin hat im ersten Quartal des laufenden Jahres im Rahmen seiner Internationalisierungsstrategie alle Anteile am Digitalverlag **Livingly Media** in den USA übernommen. Livingly Media betreibt die drei Internetseiten Zimbio.com (Entertainment), StyleBistro.com (Mode, Beauty und Style) und Lonny.com (Wohnen und Dekor). Der initiale Kaufpreis betrug € 22,0 Mio., zusätzlich wurden erfolgsabhängige Earn-Out Zahlungen vereinbart. Das Unternehmen besitzt eine hohe Expertise in den Bereichen Social Media sowie Mobile.

Darüber hinaus will sich aufeminin auf seine digitalen Publishing-Aktivitäten fokussieren und hat daher ebenfalls im ersten Quartal 2015 mit Cathay Capital den Verkauf von 100 % des Kapitals der Tochtergesellschaft **Smart AdServer** vertraglich eingeleitet. Der Verkauf von Smart AdServer an ein Unternehmen im Besitz von Cathay Capital und des Smart-AdServer-Top-Managements wurde im April 2015 zu einem Gesamtpreis von € 37 Mio. vollzogen.

Im ersten Quartal 2015 haben wir rund 2,7 % der Anteile an der **Doğan TV Holding A.S.**, Istanbul, Türkei, verkauft. Der Erlös aus dieser Transaktion betrug € 63,3 Mio.

## Ertragslage Konzern (fortgeführte Aktivitäten)

Die folgende Darstellung der Ertragsentwicklung bezieht sich ausschließlich auf unsere fortgeführten Aktivitäten.

Im Berichtszeitraum lagen die **Gesamterlöse** mit € 780,6 Mio. um 12,7 % über dem Vorjahreswert (€ 692,3 Mio.). Der Umsatzanstieg resultierte aus Zuwächsen bei den Rubriken- und Vermarktungsangeboten, während sich die Erlöse der Bezahlmodelle in etwa stabil und die des Segments Services/Holding rückläufig entwickelten. Auch bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte verzeichnete Axel Springer eine Erlössteigerung (+2,5 %).

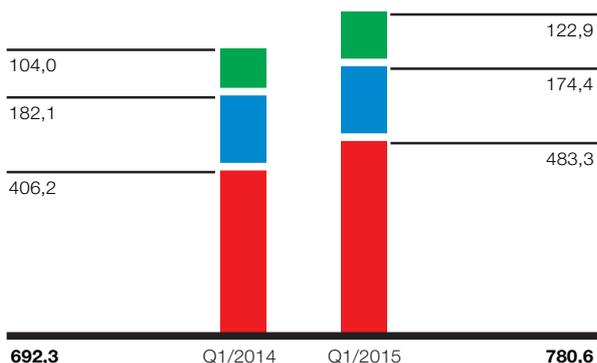
Die **Pro-forma-Erlöse der digitalen Medien** erhöhten sich auf € 469,7 Mio. (Vj.: € 422,5 Mio.), das organische Wachstum lag entsprechend bei 11,2 %. Damit stieg ihr Anteil an den Pro-forma-Gesamterlösen von 55,9 % im Vorjahreszeitraum auf 60,0 %. Die Pro-forma-Erlöse berücksichtigen die 2014 und 2015 erworbenen Gesellschaften auf Basis ungeprüfter Finanzinformationen.

Die **Auslandserlöse** erhöhten sich um 24,8 % auf € 370,3 Mio. und beliefen sich damit auf 47,4 % (Vj.: 42,9 %) des Gesamterlöses von Axel Springer. Der Anstieg ist auf die zunehmende Internationalisierung des digitalen Geschäfts zurückzuführen.

### Gesamterlöse

Mio. €

■ Werbung ■ Vertrieb ■ Übrige



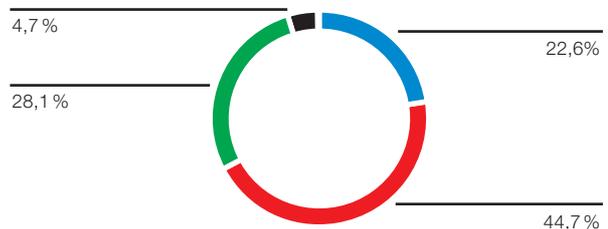
Der Anstieg der **Werbeerlöse** um 19,0 % auf € 483,3 Mio. (Vj.: € 406,2 Mio.) beruhte auf dem Wachstum bei den Rubriken- und Vermarktungsangeboten. Die Werbeerlöse der Bezahlangebote lagen unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Der Anteil der Werbeerlöse an den Gesamterlösen lag bei 61,9 % (Vj.: 58,7 %). Von den gesamten Werbeerlösen wurden 80,7 % durch **digitale Aktivitäten** generiert.

Aufgrund der strukturellen Rückgänge im Printgeschäft lagen die **Vertriebsertlöse** insgesamt mit € 174,4 Mio. um 4,2 % unter dem Vorjahreswert (€ 182,1 Mio.). Damit lag ihr Anteil an den Gesamtumsätzen bei 22,3 % (Vj.: 26,3 %).

Die **übrigen Erlöse** lagen mit € 122,9 Mio. um 18,1 % über dem Vorjahreswert (€ 104,0 Mio.). Der Zuwachs geht insbesondere auf die Segmente Bezahlangebote und Vermarktungsangebote zurück. Dies entspricht einem Anteil von 15,7 % (Vj.: 15,0 %) an den Gesamterlösen.

### Umsatz nach Segmenten

■ Rubrikenangebote  
■ Bezahlangebote  
■ Vermarktungsangebote  
■ Services/Holding



Ein Vergleich der **Segmenterlöse** zeigt ein deutliches Wachstum bei den Rubriken- und Vermarktungsangeboten einerseits und in etwa stabile Erlöse bei den Bezahlangeboten andererseits. Die Erlöse im Segment Services/Holding entwickelten sich rückläufig.

Die **Gesamtaufwendungen** erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 14,8 % auf € 743,8 Mio. (Vj.: € 647,7 Mio.). Der Anstieg ist überwiegend auf Konsolidierungseffekte erworbener Unternehmen zurückzuführen.

Der **Materialaufwand** stieg im Vergleich zum Vorjahreswert um 10,1 % auf € 250,2 Mio. (Vj.: € 227,2 Mio.) durch Konsolidierungseffekte sowie durch Erhöhungen im Bereich des performancebasierten Marketings. Die Materialaufwandsquote verringerte sich dabei auf 32,1 % (Vj.: 32,8 %).

Der Anstieg des **Personalaufwands** um € 35,8 Mio. bzw. 15,9 % auf € 260,9 Mio. (Vj.: € 225,1 Mio.) resultierte vor allem aus der Einbeziehung erworbener Tochtergesellschaften.

Die **Abschreibungen** betragen € 44,3 Mio. und lagen durch Konsolidierungseffekte, höhere Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen sowie durch höhere Investitionen in immaterielle Vermögenswerte über dem Vorjahreswert von € 39,1 Mio.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** lagen mit € 33,9 Mio. leicht über Vorjahresniveau (Vj.: € 29,5 Mio.).

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** lagen mit € 188,4 Mio. vor allem durch die Einbeziehung erworbener Tochtergesellschaften über dem Vorjahresniveau (Vj.: € 156,3 Mio.).

Das **Beteiligungsergebnis** betrug € -1,0 Mio. (Vj.: € 17,1 Mio.) und war im Vorjahreszeitraum insbesondere geprägt durch den Gewinn aus dem Verkauf von 2,6 % unseres Anteils an Doğan TV Holding. Durch den Ende des Vorjahres erfassten Wert für vertraglich vereinbarte Put-Optionen in Höhe der abgezinsten Zahlungsansprüche ergaben sich aus der im Berichtszeitraum erfolgten Ausübung der Put-Option auf den Verkauf weiterer 2,7 % unseres Anteils an Doğan TV Holding keine Ergebniseffekte. Das im EBITDA ausgewiesene operative Beteiligungsergebnis betrug somit € -1,0 Mio. (Vj.: € 0,9 Mio.).

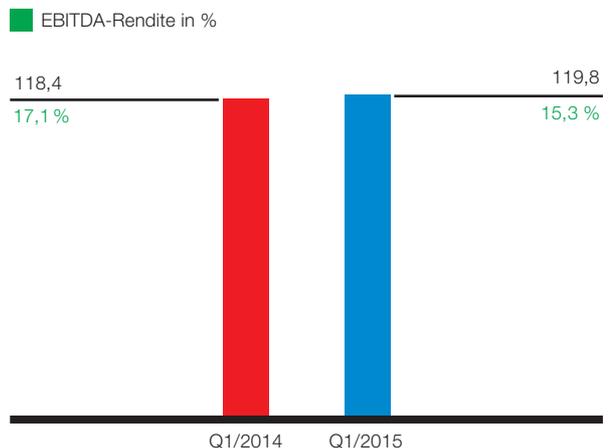
Das **Finanzergebnis** lag insbesondere durch Währungseffekte im Zusammenhang mit der Abwertung des Euro mit € -12,6 Mio. unter dem Wert des Vorjahres (Vj.: € -7,3 Mio.).

Auf **Steuern vom Einkommen und Ertrag** entfielen im abgelaufenen Quartal € -18,2 Mio. (Vj.: € -21,2 Mio.). Die Steuerquote betrug 29,8 % (Vj.: nur 24,4 % aufgrund der weitestgehend steuerfreien Erträge aus dem Verkauf der Anteile an Doğan TV Holding).

Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (**EBITDA**) stieg gegenüber dem Vorjahr um 1,2 % auf € 119,8 Mio. (Vj.: € 118,4 Mio.). Die erwirtschaftete EBITDA-Rendite verringerte sich dabei auf 15,3 % (Vj.: 17,1 %). Das **EBITDA der digitalen Aktivitäten** stieg um 22,6 % von € 79,2 Mio. auf € 97,1 Mio. Bezogen auf das operative Geschäft erhöhte sich damit der Anteil des digitalen Geschäfts am EBITDA von 60,0 % auf 72,8 %. Zum Jahresende 2014 lag dieser Wert bei 63,6 %. Bedingt durch gestiegene Abschreibungen sank das Ergebnis vor Steuern und Zinsen (**EBIT**) gegenüber dem Vorjahr um 3,6 % auf € 95,3 Mio. (Vj.: € 98,9 Mio.). Nicht im EBITDA und EBIT enthalten sind Sondereffekte wie z. B. Ergebnisse aus Geschäfts- und Beteiligungsverkäufen; im EBIT sind darüber hinaus Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen sowie Abschreibungen im Zusammenhang mit der Veräußerung von Immobilien nicht enthalten.

#### EBITDA

Mio. €



Der **Konzernüberschuss** aus fortgeführten Aktivitäten belief sich auf € 43,0 Mio. (Vj.: € 65,6 Mio.). Der bereinigte Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten sank auf € 57,6 Mio. (Vj.: € 61,6 Mio.).

#### Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014
<b>Konzernüberschuss (fortgeführte Aktivitäten)</b>	<b>43,0</b>	<b>65,6</b>
Sondereffekte	4,2	-9,9
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen	17,3	14,9
Auf diese Effekte entfallende Steuern	-6,9	-8,9
<b>Konzernüberschuss, bereinigt (aus fortgeführten Aktivitäten)</b>	<b>57,6</b>	<b>61,6</b>
Anteile anderer Gesellschafter	13,7	10,5
<b>Bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten, auf Aktionäre der Axel Springer SE entfallend</b>	<b>43,9</b>	<b>51,2</b>

Das **Ergebnis je Aktie** aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert = verwässert) belief sich auf € 0,32 (Vj.: € 0,58). Auf Basis des gewichteten Durchschnitts der im Berichtszeitraum ausstehenden Aktien (98,9 Mio.) sank das **bereinigte Ergebnis je Aktie** aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert = verwässert) von € 0,52 auf € 0,44.

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

## Ertragslage Segmente (fortgeführte Aktivitäten)

### Rubrikenangebote

Im Segment Rubrikenangebote sind alle Geschäftsmodelle zusammengefasst, die ihre Erlöse überwiegend im Online-Rubrikengeschäft erzielen. Das Segment gliedert sich in die Bereiche Stellen, Immobilien und Generalisten/Sonstige.

#### Kennzahlen Rubrikenangebote

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>176,2</b>	<b>111,2</b>	<b>58,5 %</b>
Werbeerlöse	170,9	106,2	60,9 %
Übrige Erlöse	5,2	4,9	5,9 %
<b>Stellen</b>	<b>83,5</b>	<b>58,3</b>	<b>43,1 %</b>
<b>Immobilien</b>	<b>49,8</b>	<b>46,5</b>	<b>7,0 %</b>
<b>Generalisten/Sonstige</b>	<b>42,9</b>	<b>6,3</b>	<b>&gt;100 %</b>
<b>EBITDA</b>	<b>70,7</b>	<b>48,2</b>	<b>46,6 %</b>
Stellen	35,2	26,3	33,9 %
Immobilien	22,4	21,7	2,9 %
Generalisten/Sonstige	14,4	1,0	>100 %
<b>EBITDA-Rendite</b>	<b>40,1 %</b>	<b>43,4 %</b>	
Stellen	42,2 %	45,1 %	
Immobilien	45,0 %	46,7 %	
Generalisten/Sonstige	33,6 %	15,7 %	

<sup>1)</sup> Im Segment-EBITDA sind nicht allokierte Kosten in Höhe von € 1,3 Mio. (Vj.: € 0,8 Mio.) enthalten.

Die Erlöse im Segment Rubrikenangebote stiegen gegenüber dem Vorjahresquartal um 58,5 % auf € 176,2 Mio. (Vj.: € 111,2 Mio.). Neben einer operativen Erlösverbesserung insbesondere bei den Jobportalen wirkten sich Konsolidierungseffekte u. a. aufgrund der Einbeziehung von @Leisure, LaCentrale, Jobsite und Yad2 aus. Bereinigt um diese Effekte lag der Erlösanstieg bei 14,7 %. Auch der Anstieg der Werbeerlöse um 60,9 % auf € 170,9 Mio. (Vj.: € 106,2 Mio.) war auf organisches Wachstum einerseits und Konsolidierungseffekte andererseits zurückzuführen.

rerseits zurückzuführen. Bereinigt um Konsolidierungseffekte lag der Anstieg bei 16,8 %.

Das EBITDA des Segments legte deutlich um 46,6 % auf € 70,7 Mio. zu (Vj.: € 48,2 Mio.). Wie bei den Erlösen ist ein wesentlicher Teil des Anstiegs auf Konsolidierungseffekte zurückzuführen. Bereinigt um diese Effekte lag der Anstieg bei 9,1 %. Die Rendite ging um 3,3 Prozentpunkte auf 40,1 % zurück (Vj.: 43,4 %). Der Renditerückgang ist u. a. auf die Einbeziehung erworbener Gesellschaften zurückzuführen, deren Rendite derzeit noch unter dem Durchschnitt der Segmentrendite liegt.

### Bezahlangebote

Das Segment Bezahlangebote umfasst alle Geschäftsmodelle, die überwiegend durch zahlende Leser genutzt werden. Das Segment gliedert sich in die nationalen und die internationalen Bezahlangebote.

#### Bezahlangebote National

Die Nettoreichweiten ausgewählter Portale sind in der folgenden Tabelle dargestellt. Da für einige unserer digitalen Aktivitäten vor allem die Internetnutzung über mobile Endgeräte von hoher Bedeutung ist, weisen wir zusätzlich zur Nutzung von einem stationären Computer die mobilen Reichweiten aus.

#### Unique Users

Mio. (monatlicher Durchschnitt)	Unique Users stationär <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Unique Users mobil <sup>2)</sup>	Veränderung ggb. Vj. <sup>3)</sup>
Bild.de	17,2	10,8 %	7,7	-
computerbild.de	14,5 <sup>4)</sup>	3,1 %	1,8	-
welt.de	9,6	-2,9 %	4,3	-
autobild.de	4,5	- <sup>3)</sup>	1,0	-
N24.de	3,8	30,0 %	2,5	-
transfermarkt.de	1,7	- <sup>3)</sup>	1,6	-
travelbook.de	1,5	20,6 %	0,4	-
stylebook.de	1,2	-8,2 %	0,3	-
bz-berlin.de	1,1	- <sup>3)</sup>	0,5	-

<sup>1)</sup> Quelle: AGOF internet facts 2015-2, monatlicher Durchschnitt (Dez. 2014-Feb. 2015).

<sup>2)</sup> Quelle: AGOF mobile facts 2014-IV, monatlicher Durchschnitt (Okt.-Dez. 2014).

<sup>3)</sup> Vorjahresvergleiche nicht möglich.

<sup>4)</sup> inkl. idealo.de.

Die Auflagen der Printangebote im Segment Bezahlmodelle entwickelten sich im Berichtszeitraum marktbedingt rückläufig, während die Reichweiten teilweise zulegten.

#### Auflagen, digitale Abonnements und Reichweiten

Tsd.	Auflage/Digital-abo <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Reichweite <sup>2)</sup>	Veränderung <sup>3)</sup>
Bild/B.Z.	2.220,9	-8,8 %	11.321,1	0,0 %
Bild am Sonntag	1.066,0	-9,3 %	8.818,7	-4,6 %
Bild digital	258,5	- <sup>4)</sup>	17.193,0	10,8 %
Die Welt/ Welt Kompakt	201,2	-6,1 %	698,3	0,2 %
Welt am Sonntag/ Welt am Sonntag Kompakt	401,0	0,0 %	902,3	-8,8 %
Welt digital	61,6	- <sup>4)</sup>	9.558,0	-2,9 %
Auto Bild	446,8	-9,8 %	2.835,3	1,8 %
Sport Bild	349,7	-4,7 %	4.152,5	-1,7 %
Computer Bild	310,1	-20,9 %	3.085,5	-9,0 %

<sup>1)</sup> Quelle: IVW, durchschnittlich verkaufte Auflage Q1/2015; Für BILD digital und WELT digital: IVW, digitale Abonnements (Paid Content), monatlicher Durchschnitt (Jan.-Mrz. 2015).

<sup>2)</sup> Quelle: ma 2015 Pressemedien I; Für BILD digital und WELT digital: Unique Users, AGOF internet facts 2015-2, monatlicher Durchschnitt (Dez. 2014-Feb. 2015).

<sup>3)</sup> ggb. ma 2014 Pressemedien II.

<sup>4)</sup> Vorjahresvergleiche nicht möglich.

### Bezahlangebote International

Die Nettreichweiten ausgewählter Portale sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

#### Unique Visitors

Mio. (monatlicher Durchschnitt)	Unique Visitors Q1/2015 <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.
onet.pl	15,8	-13,5 %
fakt.pl	3,9	10,5 %
blic.rs	3,0	2,4 %
forbes.ru	2,8	-16,7 %
azet.sk	2,1	-9,0 %
cas.sk	1,5	-16,5 %

<sup>1)</sup> Quelle: comScore Europa, monatlicher Durchschnitt (Jan.-Mrz. 2015)

Die Auflagen und Reichweiten der führenden Boulevardzeitungen in den Ländern unseres Gemeinschaftsunternehmens Ringier Axel Springer Media sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

#### Auflagen und Reichweiten

Tsd.	Auflage	Veränderung ggb. Vj.	Reichweite	Veränderung
Fakt <sup>1)</sup>	324,7	-5,8 %	1.585,0	-19,1 %
Blic <sup>2)</sup>	105,5	-5,7 %	787,8	-7,8 %
Novy Cas <sup>3)</sup>	95,4	-8,5 %	747,3	-5,0 %
Alo! <sup>2)</sup>	81,9	-18,6 %	419,2	-6,6 %

<sup>1)</sup> Polen. Auflage: ZKDP, 2015 (Jan.-Feb.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.); Reichweite: PBC General, 2015 (Jan.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.).

<sup>2)</sup> Serbien. Auflage: ABC, 2015 (Jan.-Feb.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.); Reichweite: Ipsos Strategic Marketing, 2015 (Jan.-Feb.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.).

<sup>3)</sup> Slowakei. Auflage: ABC, 2015 (Jan.-Feb.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.); Reichweite: Median, 2015 (Jan.-Feb.) vs. 2014 (Jan.-Mrz.)

Die Auflagen der Zeitungen und Zeitschriften im Ausland entwickelten sich marktbedingt rückläufig.

#### Kennzahlen Bezahlangebote

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>348,7</b>	<b>353,8</b>	<b>-1,5 %</b>
Werbeerlöse	139,6	143,9	-3,0 %
Vertriebserlöse	174,2	182,0	-4,3 %
Übrige Erlöse	34,8	27,8	25,1 %
<b>National</b>	<b>258,9</b>	<b>262,6</b>	<b>-1,4 %</b>
Werbeerlöse	103,4	106,4	-2,8 %
Vertriebserlöse	134,5	141,2	-4,7 %
Übrige Erlöse	21,1	15,1	39,8 %
<b>International</b>	<b>89,8</b>	<b>91,2</b>	<b>-1,6 %</b>
Werbeerlöse	36,2	37,6	-3,5 %
Vertriebserlöse	39,8	40,9	-2,7 %
Übrige Erlöse	13,8	12,8	7,7 %
<b>EBITDA</b>	<b>40,3</b>	<b>57,3</b>	<b>-29,7 %</b>
National	31,0	48,2	-35,6 %
International	9,2	9,1	1,3 %
<b>EBITDA-Rendite</b>	<b>11,6 %</b>	<b>16,2 %</b>	
National	12,0 %	18,3 %	
International	10,3 %	10,0 %	

Die Gesamterlöse im Segment Bezahlangebote von € 348,7 Mio. (Vj.: € 353,8 Mio.) entwickelten sich in etwa stabil (-1,5%). Bereinigt um Konsolidierungseffekte lagen die Gesamterlöse um 4,9% unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. Die Werbeerlöse im Segment Bezahlangebote lagen mit € 139,6 Mio. 3,0% unter dem Wert des Vorjahresquartals (€ 143,9 Mio.). Bereinigt um Konsolidierungseffekte verzeichneten sie einen Rückgang von 6,3%. Die Vertriebserlöse gingen aufgrund der marktbedingt rückläufigen Printerlöse um 4,3% auf € 174,2 Mio. (Vj.: € 182,0 Mio.) zurück. Die übrigen Erlöse stiegen deutlich um 25,1% auf € 34,8 Mio. (Vj.: € 27,8 Mio.). Dies ist überwiegend auf Konsolidierungseffekte aufgrund der Einbeziehung der Erlöse von N24 ab März 2014 zurückzuführen.

führen. Bereinigt um diese Effekte lagen die übrigen Erlöse leicht unter dem Vorjahresniveau (-2,0 %).

Das EBITDA lag mit € 40,3 Mio. um 29,7 % unter dem Wert des Vorjahres (€ 57,3 Mio.). Dabei konnte der negative Ergebniseffekt aus dem Rückgang von renditestarkem Anzeigen- und Vertriebsgeschäft bei den Printtiteln nur zum Teil durch neu akquiriertes Geschäft (N24) ausgeglichen werden. Darüber hinaus haben sich gegenüber dem Vorjahresquartal höhere Restrukturierungsaufwendungen sowie antizyklische Investitionen in den weiteren Ausbau des digitalen Geschäfts ausgewirkt. Die Rendite des Segments sank dadurch gegenüber dem Vorjahresquartal von 16,2 % auf 11,6 %.

### Vermarktungsangebote

Im Segment Vermarktungsangebote sind alle Geschäftsmodelle zusammengefasst, deren Erlöse überwiegend durch Werbekunden in der reichweitenbasierten oder erfolgsbasierten Vermarktung generiert werden.

Für einige unserer digitalen Aktivitäten ist vor allem die Internetnutzung über mobile Endgeräte von hoher Bedeutung. Daher weisen wir zusätzlich, sofern verfügbar, zur stationären Nutzung die mobilen Nettreichweiten ausgewählter Portale in folgender Tabelle aus.

#### Unique Users

Mio. (monatlicher Durchschnitt)	Unique Users stationär <sup>1)</sup>	Veränderung ggb. Vj.	Unique Users mobil <sup>2)</sup>	Veränderung ggb. Vj. <sup>3)</sup>
aufeminin.com	33,3 <sup>4)</sup>	-24,1 %	-	-
idealo.de	9,3	-5,1 %	-	-
finanzen.net	3,6	42,1 %	0,5	-
kaufDA.de	3,3	-12,1 %	3,7	-
hamburg.de	1,4	6,9 %	0,5	-

<sup>1)</sup> Quelle: AGOF internet facts 2015-2, monatlicher Durchschnitt (Dez. 2014-Feb. 2015).

<sup>2)</sup> Quelle: AGOF mobile facts 2014-IV, monatlicher Durchschnitt (Okt.-Dez. 2014).

<sup>3)</sup> Vorjahresvergleiche nicht möglich.

<sup>4)</sup> Quelle: comScore World, monatlicher Durchschnitt (Jan.-Mrz. 2015).

#### Kennzahlen Vermarktungsangebote

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>219,0</b>	<b>188,9</b>	<b>16,0 %</b>
Werbeerlöse	172,8	156,0	10,8 %
Übrige Erlöse	46,2	32,9	40,2 %
<b>Reichweitenvermarktung</b>	<b>78,5</b>	<b>65,3</b>	<b>20,1 %</b>
<b>Performance Marketing</b>	<b>140,6</b>	<b>123,6</b>	<b>13,8 %</b>
<b>EBITDA<sup>1)</sup></b>	<b>22,4</b>	<b>26,4</b>	<b>-15,1 %</b>
Reichweitenvermarktung	17,5	22,3	-21,6 %
Performance Marketing	6,6	5,2	26,7 %
<b>EBITDA-Rendite<sup>1)</sup></b>	<b>10,2 %</b>	<b>14,0 %</b>	
Reichweitenvermarktung	22,2 %	34,1 %	
Performance Marketing	4,7 %	4,2 %	

<sup>1)</sup> Im Segment-EBITDA sind nicht allokierte Kosten in Höhe von € 1,6 Mio. (Vj.: € 1,0 Mio.) enthalten.

Die Gesamterlöse im Segment Vermarktungsangebote legten gegenüber dem Wert des Vorjahres um 16,0 % auf € 219,0 Mio. zu (Vj.: € 188,9 Mio.). Der Anstieg der Werbeerlöse von 10,8 % auf € 172,8 Mio. (Vj.: € 156,0 Mio.) wurde überwiegend durch Zuwächse im Bereich des Performance Marketings erreicht. Das Wachstum der übrigen Erlöse um 40,2 % auf € 46,2 Mio. (Vj.: € 32,9 Mio.) wurde durch den Bereich der Reichweitenvermarktung erzielt. Hierzu trugen insbesondere höhere Erlöse bei der TV-Produktionsgesellschaft Talpa Germany und bei aufeminin sowie MyLittleParis bei.

Während sich das EBITDA im Performance Marketing leicht verbesserte, lag das Ergebnis bei der Reichweitenvermarktung insbesondere aufgrund von Rückgängen bei idealo und aufeminin unter dem Vorjahreswert. Hierzu trugen unter anderem wie geplant zusätzliche Aufwendungen für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit bei. Das EBITDA im Segment lag mit € 22,4 Mio. um 15,1 % unter dem Wert des Vorjahres (€ 26,4 Mio.). Die EBITDA-Rendite sank auf 10,2 % (Vj.: 14,0 %).

### Services/Holding

Unter Services/Holding werden die Service- und Holdingfunktionen gebündelt. Ebenfalls zum Segment gehören der zentrale Vermarkter Axel Springer Media Impact, die Vertriebs- und Herstellungsaktivitäten der BILD-Gruppe und der Zeitschriften einschließlich der drei eigenen nationalen Zeitungsdruckereien und der gesamten nationalen Logistikverantwortung für Axel Springer.

#### Kennzahlen Services/Holding

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
<b>Außenumsatz</b>	<b>36,7</b>	<b>38,4</b>	<b>-4,6 %</b>
<b>EBITDA</b>	<b>-13,6</b>	<b>-13,6</b>	

Der Außenumsatz im Segment Services/Holding ging gegenüber dem vergleichbaren Quartal des Vorjahres marktbedingt um 4,6% zurück und lag bei € 36,7 Mio. (Vj.: € 38,4 Mio.).

Das EBITDA blieb gegenüber dem Vorjahreszeitraum mit € -13,6 Mio. unverändert (Vj.: € -13,6 Mio.). Die Restrukturierungsaufwendungen lagen bei € 2,0 Mio. (Vj.: € 2,2 Mio.).

### Ertragslage nicht fortgeführter Aktivitäten

Im Vorjahr haben wir die inländischen Regionalzeitungen, Programm- und Frauenzeitschriften sowie die Geschäfte und Beteiligungen von Ringier Axel Springer Media in der Tschechischen Republik als nicht fortgeführte Aktivitäten separat ausgewiesen. Beide Verkäufe wurden am 30. April 2014 vollzogen.

#### Nicht fortgeführte Aktivitäten

Mio. €	Q1/2014
<b>Außenumsatz</b>	<b>136,8</b>
<b>EBITDA</b>	<b>22,0</b>
<b>EBITDA-Rendite</b>	<b>16,1 %</b>
<b>Konzernüberschuss<sup>1)</sup></b>	<b>15,6</b>
<b>Ergebnis je Aktie<sup>2)</sup> (in €)</b>	<b>0,14</b>

<sup>1)</sup> bereinigt = unbereinigt

<sup>2)</sup> unverwässert = verwässert

Nicht im EBITDA enthalten sind Sondereffekte wie z. B. Ergebnisse aus Geschäfts- und Beteiligungsverkäufen sowie Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen. Der bereinigte Konzernüberschuss sowie das bereinigte Ergebnis je Aktie sind nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften nicht definierte Kennzahlen, die als ergänzende Information zum Konzernabschluss anzusehen sind.

### Finanzlage

#### Cashflow-Entwicklung

Die folgende Darstellung der Cashflow-Entwicklung umfasst im Vorjahr auch die nicht fortgeführten Aktivitäten.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit lag im ersten Quartal bei € 84,5 Mio. und somit unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (€ 114,0 Mio.); davon entfielen im Vorjahr € 17,2 Mio. auf die nicht fortgeführten Aktivitäten. Die Entwicklung bei den fortgeführten Aktivitäten vor dem Hintergrund des leicht verbesserten operativen Ergebnisses ist insbesondere bedingt durch den Aufbau von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Vj.: Abbau) sowie gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegene Nettoertragsteuerauszahlungen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf € -56,8 Mio. (Vj.: € -81,4 Mio.); davon entfielen im Vorjahr € -0,3 Mio. auf die nicht fortgeführten Aktivitäten. Wie im Vorjahreszeitraum waren neben den lau-

fenden Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen insbesondere Einzahlungen im Zusammenhang mit dem Verkauf von 2,7 % (Vj.: 2,6 %) unseres Anteils an Doğan TV Holding (€ 63,3 Mio.; Vj. € 62,5 Mio.) enthalten. Die Auszahlungen (abzgl. übernommener Zahlungsmittel) aus dem Erwerb von Anteilen an konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten sowie Finanzanlagen von insgesamt € 109,0 Mio. (Vj.: € 127,2 Mio.) entfielen insbesondere auf die Erwerbe von @Leisure, Livingly Media und eine Beteiligung an Business Insider.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit lag im ersten Quartal 2015 bei € –84,5 Mio. (Vj.: € –31,4 Mio.), entfiel wie im Vorjahr vollständig auf die fortgeführten Aktivitäten und war fast ausschließlich durch die Rückführung von Krediten bedingt.

### ***Nettoliquidität und Finanzierung***

Insgesamt verringerte sich der Finanzmittelfonds gegenüber dem Jahresende 2014 von € 383,1 Mio. auf € 331,1 Mio. Im gleichen Zeitraum reduzierten sich die Finanzverbindlichkeiten von € 1.050,9 Mio. auf € 993,3 Mio. Somit wiesen wir zum Bilanzstichtag eine Nettoverschuldung von € –662,2 Mio. aus (31. Dezember 2014: € –667,8 Mio.).

Neben Schuldscheindarlehen mit einer Laufzeit bis April 2016 (Nominalwert von € 56,5 Mio.), bis April 2018 (Nominalwert von € 112,0 Mio.), bis Oktober 2018 (Nominalwert von € 220,0 Mio.) sowie bis Oktober 2020 (Nominalwert von € 248,5 Mio.) besteht eine Kreditlinie in Höhe von € 900,0 Mio., deren Inanspruchnahmen im September 2017 zur Rückzahlung fällig werden. Das Schuldscheindarlehen sowie die Kreditlinie können sowohl für allgemeine Gesellschaftszwecke sowie auch zur Finanzierung von Akquisitionen eingesetzt werden.

Zum 31. März 2015 waren € 326,0 Mio. (31. Dezember 2014: € 409,0 Mio.) der bestehenden langfristigen Kreditlinie in Anspruch genommen. Nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien bestanden zum Bilanzstichtag in Höhe von € 594,0 Mio. (31. Dezember 2014: € 511,0 Mio.).

## ***Vermögenslage***

Die Konzern-Bilanzsumme lag mit € 5.673,5 Mio. leicht über dem Stand zum Jahresende 2014 (€ 5.557,7 Mio.).

Die Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte war insbesondere bedingt durch die erstmalige Konsolidierung der @Leisure-Gruppe sowie von Livingly Media. Die Finanzanlagen verringerten sich insbesondere durch die Ausübung unserer Put-Option auf den Verkauf von 2,7 % der Anteile an Doğan TV Holding.

Zusätzlich zu dem bereits im Vorjahr als zur Veräußerung gehalten ausgewiesenen Immobilienvermögen (einschließlich zugehöriger Finanzierungsleasingverbindlichkeit) wurde im Berichtsjahr das der Smart AdServer-Gruppe zuzuordnende Nettoeigenvermögen (einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert) aufgrund der im April vollzogenen Veräußerung separat ausgewiesen.

Das Eigenkapital belief sich auf € 2.476,2 Mio. und lag damit im Wesentlichen durch den erwirtschafteten Konzernüberschuss sowie durch Effekte aus der Währungsumrechnung konsolidierter Abschlüsse über dem Stand zum Jahresende 2014 (€ 2.354,9 Mio.). Die Eigenkapitalquote stieg auf 43,6 % (31. Dezember 2014: 42,4 %).

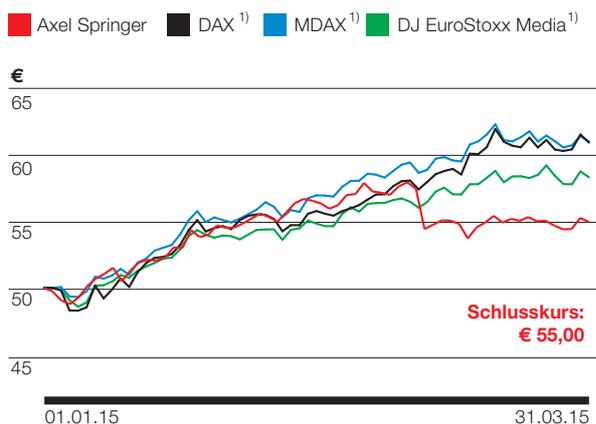
Die Rückstellungen für Pensionen stiegen durch eine weitere dem aktuellen Marktniveau folgende Anpassung des Diskontierungssatzes auf 1,6 % (zum 31. Dezember 2014: 1,9 %). Die Entwicklung der sonstigen Verbindlichkeiten resultierte unter anderem aus der erstmaligen Konsolidierung erworbener Gesellschaften (einschließlich der Erfassung bedingter Kaufpreisverbindlichkeiten).

## Aktie und Investor Relations

### Kursverlauf

Die Axel-Springer-Aktie hat sich in den ersten drei Monaten des Jahres 2015 positiv entwickelt und erreichte Anfang März mit € 57,97 ein neues Allzeithoch. Im weiteren Verlauf des Quartals pendelte der Kurs mit geringen Schwankungen um die 55-Euro-Marke. Zum Quartalsende notierte sie mit € 55,00 um 9,8 % über dem Kurs zu Jahresbeginn.

### Kursentwicklung Axel-Springer-Aktie



<sup>1)</sup> Indiziert auf den Schlusskurs der Axel-Springer-Aktie zum 31. Dezember 2014.

### Angaben zur Aktie

€	Q1/2015	Q1/2014	Veränderung
Ergebnis je Aktie (bereinigt) <sup>1)2)</sup>	0,44	0,52	-14,2 %
Ergebnis je Aktie <sup>1)</sup>	0,32	0,58	-44,8 %
Schlusskurs	55,00	46,46	18,4 %
Höchstkurs	57,97	51,27	13,1 %
Tiefstkurs	48,86	44,97	8,7 %
Marktkapitalisierung in Mio. € <sup>3)</sup>	5.441,7	4.596,8	18,4 %
Tagesumsatz (Ø, Tsd. €)	8.484,7	8.621,8	-1,6 %

<sup>1)</sup> Fortgeführte Aktivitäten.

<sup>2)</sup> Bereinigt um Sondereffekte und Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen; auf Basis des gewichteten Durchschnitts der ausgegebenen Aktien im Berichtsjahr (98,9 Mio.).

<sup>3)</sup> Berechnung auf Basis der ausstehenden Aktien zum Schlusskurs, ohne eigene Anteile.

Derzeit veröffentlichen 21 Broker Analysen zu unserer Aktie. Insgesamt empfehlen vier Häuser die Axel-Springer-Aktie zum Kauf, zwölf stufen sie als „halten/neutral“ ein und fünf Analysten bewerten sie mit „verkaufen/untergewichten“. Die jeweils aktuellen Empfehlungen und Kursziele finden Sie auf [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de) unter „Investor Relations“.

In den ersten drei Monaten des Jahres haben wir an zwei Investorenkonferenzen in New York und Frankfurt teilgenommen. Darüber hinaus haben wir das Unternehmen auf Roadshows in New York, Boston, London und Frankfurt präsentiert und führten zudem zahlreiche Investoren- und Analystengespräche in Berlin.

Anlässlich der Veröffentlichung unseres Geschäftsberichts am 4. März 2015 haben wir am gleichen Tag eine Telefonkonferenz durchgeführt, die wie üblich als Live-Übertragung direkt im Internet verfolgt werden konnte. Die Aufzeichnung der Telefonkonferenz sowie alle Finanzberichte und Präsentationen stellen wir ebenfalls auf unserer Internetseite zur Verfügung.

### Angaben zur Notierung

Aktientyp	vinkulierte Namensaktie
Börsenplatz	Deutschland (Prime Standard)
Wertpapierkennnummer	550135, 575423
ISIN	DE0005501357, DE0005754238
Thomson Reuters	SPRGn.DE
Bloomberg	SPR GY

### Hauptversammlung

Am 14. April 2015 fand in Berlin die ordentliche Hauptversammlung der Axel Springer SE statt. Rund 430 Aktionäre bzw. 74,2 % des stimmberechtigten Kapitals nahmen daran teil. Alle zur Abstimmung gestellten Beschlussvorschläge der Verwaltung – darunter auch der Vorschlag zur Schaffung eines genehmigten Kapitals von bis zu insgesamt € 11,0 Mio. sowie der Vorschlag zur Ausschüttung einer Dividende von € 1,80 (Vj.: € 1,80) je dividendenberechtigter Aktie – wurden mit Mehrheiten von mindestens 91,9 % angenommen. Bezogen auf den Jahresschlusskurs 2014 erzielte unsere Aktie eine Dividendenrendite von 3,6%. Insgesamt wurden € 178,1 Mio. an unsere Aktionä-

re ausgeschüttet. Die mit der Schaffung eines genehmigten Kapitals verbundene Änderung der Satzung der Axel Springer SE ist mit der Ende April 2015 erfolgten Eintragung in das Handelsregister wirksam geworden.

### *Mitarbeiter*

Durchschnittlich beschäftigten wir im Berichtszeitraum 14.595 (Vj.: 13.085) Mitarbeiter (ohne Auszubildende und Journalistenschüler). Der Anstieg von 11,5 % im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem auf den anorganisch und organisch bedingten Personalaufbau in den Segmenten Vermarktungsangebote und Rubrikenangebote zurückzuführen.

### *Aktienbeteiligungsprogramm*

Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt an der Wertentwicklung des Unternehmens teilhaben zu lassen, wird auch in diesem Jahr ein Aktienbeteiligungsprogramm angeboten. Alle Beschäftigten der Axel Springer SE und ihrer inländischen Tochtergesellschaften, die für das Jahr 2014 zu einer Erfolgsbeteiligung berechtigt sind oder eine Zielvereinbarung abgeschlossen haben, können ihren Bonus in Aktien der Axel Springer SE umwandeln. Dabei erhalten sie einen Zuschuss. Die Haltefrist beträgt vier Jahre.

## *Nachtragsbericht*

Der von aufeminin im ersten Quartal vertraglich eingeleitete Verkauf von Smart AdServer wurde im April 2015 vollzogen (s. Seite 4).

## *Risiko- und Chancenbericht*

Gegenüber der Darstellung im Geschäftsbericht 2014 hat sich die Risiko- und Chancensituation von Axel Springer nicht entscheidend verändert. Risiken, die den Fortbestand von Axel Springer gefährden könnten, sind weiterhin nicht ersichtlich.

## *Prognosebericht*

### *Gesamtwirtschaft*

Der Internationale Währungsfonds (IWF) prognostizierte im Frühjahr 2015 ein Wachstum der **Weltwirtschaft** real um 3,5 % im Jahr 2015 und blieb damit bei seiner Erwartung vom Jahresanfang 2015. Die konjunkturellen Aussichten der Industrieländer haben sich aufgehellt, während die Wachstumserwartungen für Schwellen- und Entwicklungsländer verhaltener ausfallen.

Für die Eurozone rechnet der Internationale Währungsfonds im Jahr 2015 mit einem realen Wachstum von 1,5 %. Für die Industrienationen zusammen erwartet er aufgrund der positiven Entwicklung in den USA eine Wachstumsrate von 2,4 %. Trotz einer sich abschwächenden Konjunkturdynamik werden die Schwellen- und Entwicklungsländer laut Prognose preisbereinigt um 4,3 % wachsen. Sie stehen damit noch immer für mehr als 70 % des erwarteten Wachstums der Weltwirtschaft.

Der Aufschwung der **deutschen Wirtschaft** wird sich nach Beurteilung der am Frühjahrsgutachten beteiligten Forschungsinstitute im Jahr 2015 weiter fortsetzen. In ihrer Prognose erwarten sie steigende Einkommen aufgrund einer zunehmenden Beschäftigung und höherer Löhne. Die privaten Konsumausgaben dürften preisbereinigt deutlich um 2,5 % wachsen. Die Gutachter erwarten im Jahr 2015 zudem kontinuierlich steigende Unternehmensinvestitionen. Das Wachstum der Konsumausgaben dürfte dazu führen, dass konsumnahe Industrie- und Dienstleistungsunternehmen an ihre Kapazitätsgrenzen geraten. Die Ausrüstungsinvestitionen dürften deshalb real um 3,2 % steigen. Die Bauinvestitionen sollten um 1,4 % wachsen. Der gesunkene Außenwert des Euro und die konjunkturelle Belebung im Euroraum stimulieren die Exporte, deren preisbereinigte Zunahme im Jahr 2015 voraussichtlich 5,7 % betragen wird. Die robuste Binnenkonjunktur dürfte eine reale Steigerung der Importe um 5,9 % zur Folge haben.

Die Forschungsinstitute erwarten für das Jahr 2015 einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um real 2,1 %. Die Gutachter erwarten zwar einen leichten Anstieg der Verbraucherpreise, laut Frühjahrsprognose wird die Inflation im Jahr 2015 mit 0,5 % aber weiter sehr gering ausfallen.

Die Zahl der Erwerbstätigen wird sich den Erwartungen zufolge im Jahr 2015 um durchschnittlich 355.000 Personen erhöhen. Die Arbeitslosenquote dürfte von 6,7 % auf 6,3 % abnehmen.

#### Erwartete konjunkturelle Entwicklung (Auswahl)

Veränderung des Bruttoinlandsprodukts ggb. Vj. (real)	2015
Deutschland	2,1 %
Großbritannien	2,5 %
Frankreich	0,8 %
Polen	2,4 %
Schweiz	0,4 %
Ungarn	2,8 %
Belgien	1,0 %
Slowakei	2,5 %
Niederlande	1,5 %
Serbien <sup>1)</sup>	-0,5 %
Österreich	0,8 %
Irland	3,0 %
Italien	0,4 %
Spanien	2,4 %
USA	2,9 %
Russland	-3,4 %
Israel <sup>1)</sup>	3,5 %
Brasilien <sup>1)</sup>	-1,0 %
China	6,9 %

Quelle: Frühjahrsgutachten, April 2015.

<sup>1)</sup> Quelle: IWF, April 2015.

Die Konjunktur in den **mittel- und osteuropäischen Mitgliedsländern der EU** hat sich trotz Krisen in Russland und der Ukraine und trotz der bisher noch verhaltenen Konjunktorentwicklung im Euroraum robust gezeigt. In ihrem Frühjahrsgutachten sehen die führenden Forschungsinstitute für das Jahr 2015 einen deutlichen

Aufschwung für diese Staaten voraus. Niedrige Zinsen und eine geringe Inflation stärken die Kaufkraft. Die wieder anziehende Konjunktur im Euroraum dürfte die Exporte stärken.

Die russische Wirtschaft ist im Jahr 2014 in eine Krise geraten, und für das Jahr 2015 ist laut Frühjahrsgutachten mit einer tiefen Rezession zu rechnen. Die kräftige Aufwertung des Schweizer Franken begrenzt die Wachstumsaussichten der Schweizer Wirtschaft erheblich. Die Forschungsinstitute rechnen für das Jahr 2015 nur noch mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um preisbereinigt 0,4 %.

#### Branchenumfeld

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) geht in seiner Prognose für 2015 davon aus, dass mit der Aussicht auf eine Steigerung der realen Konsumausgaben der Verbraucher die Werbewirtschaft insgesamt weiter Fahrt aufnehmen kann. „Mindestens stabil, aber mit Chancen auf mehr“, werden die Erwartungen der Branche an das Werbejahr 2015 vom ZAW zusammengefasst.

Nach der aktuellen Werbemarktprognose von Zenith-Optimedia (Stand: März 2015) wird für das Jahr 2015 weltweit ein Plus von 4,4 % (nominal) erwartet. Damit korrigierte ZenithOptimedia seine Prognose von +4,9 % aus dem Dezember 2014 um 0,5 %-Punkte nach unten. Grund seien die rückläufigen wirtschaftlichen Entwicklungen in den Krisenregionen Russland, der Ukraine und Weißrussland sowie das verlangsamte Wachstum in China. In der Eurozone sollen die Ausgaben dabei aber stabil bleiben.

Die bisher vorliegenden Prognosen für **Deutschland** zeigen für die einzelnen Mediengattungen ein differenziertes Bild. ZenithOptimedia erwartet für den Nettowerbemarkt 2015 in Deutschland einen Anstieg um 1,7 % (nominal). Damit liegt die Entwicklung des Werbemarktes insgesamt unterhalb des Wachstums der Gesamtwirtschaft mit einem erwarteten nominalen Plus von 4,0 % (+2,1 % real). Getragen wird dieses Wachstum von den digitalen Medien (+7,6 %) und TV (+3,2 %), Outdoor (+2,5 %) und Hörfunk (+1,6 %). Für Zeitungen (-3,3 %) und für Zeitschriften (-1,1 %) wird von ZenithOptimedia ein Rückgang der Nettowerbeumsätze prognostiziert.

In den Prognosedaten spiegelt sich weiterhin die strukturelle Umverteilung der Werbeausgaben zugunsten digitaler Angebote wider. Online und Mobile werden ihren Anteil an den Werbeausgaben weiter ausbauen.

Aktuelle Treiber der Entwicklung auf dem Werbemarkt sind lt. ZenithOptimedia Online-Video, soziale Medien und mobile Endgeräte. Dank der weiterhin zunehmenden Verbreitung mobiler Geräte, Verbesserungen der Werbeformen und –vielfalt sowie technischen Innovationen bei der Aussteuerung von geräteübergreifenden Kampagnen wird mit einem deutlichen Zuwachs bei den Werbeinvestitionen gerechnet. Dennoch stehen die Investitionen noch in keinem Verhältnis zur mobilen Mediennutzung.

Die fortschreitende Automatisierung der Werbebuchung über Programmatic Buying-Plattformen wird ebenfalls als Treiber für Online- und Mobilewerbung gesehen.

Chancen für neues Wachstum sieht die Kommunikationsbranche weiterhin in neuen Vermarktungsangeboten, vernetzten Werbekonzepten, dem Aufbau neuer Geschäftsfelder sowie Produktinnovationen.

Die **Auslandsmärkte**, in denen sich Axel Springer mit eigenen Unternehmensaktivitäten engagiert, werden sich nach der Prognose von ZenithOptimedia unterschiedlich entwickeln: Auf dem Online-Markt in Westeuropa wird das Nettowerbevolumen nach der Prognose von ZenithOptimedia im Jahr 2015 – basierend auf der Annahme konstanter Wechselkurse – um 11,4% auf US-\$ 35,2 Mrd. steigen.

#### Erwartete Werbekonjunktur 2015 (Auswahl)

Veränderung der Nettowerbeumsätze ggb. Vj. (nominal)	Online	Print
Deutschland	7,6 %	-2,5 %
Großbritannien	16,8 %	-6,5 %
Frankreich <sup>1)</sup>	4,8 %	-7,5 %
Polen <sup>1)</sup>	10,7 %	-16,7 %
Schweiz <sup>2)</sup>	14,2 %	-6,0 %
Ungarn	7,7 %	-2,0 %
Belgien <sup>2)</sup>	12,0 %	0,9 %
Slowakei <sup>1)</sup>	17,6 %	-3,6 %
Niederlande	8,7 %	-4,7 %
Serbien <sup>1)</sup>	12,5 %	8,5 %
Österreich <sup>1)</sup>	13,2 %	-5,0 %
Irland	14,9 %	-5,0 %
Italien <sup>1)</sup>	5,0 %	-5,6 %
Spanien <sup>1)</sup>	10,0 %	1,1 %
USA	18,2 %	-4,7 %
Russland	5,0 %	-35,0 %
Israel	4,3 %	0,7 %
Brasilien	6,0 %	-5,7 %

Quelle: ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast (März) 2015.

<sup>1)</sup> Exklusive Rubriken.

<sup>2)</sup> Bruttowerbeumsätze (exklusive Rubriken). Die Bruttowerbeumsätze stellen die tatsächliche Entwicklung der Werbeumsätze nur unzureichend dar.

### *Axel Springer*

Die zusammen mit der Vorlage des Geschäftsberichts 2014 am 4. März 2015 abgegebene Prognose ist weiterhin gültig.

### Strategische Ausrichtung

Die höchste strategische Priorität liegt für Axel Springer in der konsequenten Digitalisierung des Unternehmens. Durch die Weiterentwicklung unseres digitalen Angebots im In- und Ausland und durch gezielte Akquisitionen verfolgen wir das Ziel, der führende digitale Verlag zu werden.

### Erwartete Geschäfts- und Ertragsentwicklung Konzern

Für das Geschäftsjahr 2015 rechnen wir im Konzern mit einem Anstieg der **Gesamterlöse** im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Wir gehen davon aus, dass der geplante Anstieg der Werbeerlöse den Rückgang der Vertriebs Erlöse und der übrigen Erlöse überkompensieren wird.

Für das **EBITDA** erwarten wir einen Anstieg im hohen einstelligen Prozentbereich. Dabei wird ein Anstieg des EBITDA in den Segmenten Rubrikenangebote und Services/Holding erwartet, während die Bezahlangebote und die Vermarktungsangebote ein EBITDA unter dem Vorjahresniveau erreichen sollten.

Für das **EBIT** erwarten wir eine dem EBITDA vergleichbare Entwicklung.

Für das **bereinigte Ergebnis je Aktie** erwarten wir aufgrund einer geringeren Quote des auf Minderheiten entfallenden bereinigten Konzernüberschusses einen Anstieg im niedrigen zweistelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahreswert.

### Erwartete Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente

Die Erlöse im Segment **Rubrikenangebote** werden voraussichtlich deutliches Wachstum zeigen, bedingt durch organisches Wachstum und Konsolidierungseffekte. Für das EBITDA wird ebenfalls mit einem deutlichen Anstieg gerechnet.

Im Segment **Bezahlangebote** rechnen wir für das Geschäftsjahr 2015 mit einem Rückgang der Gesamterlöse im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Aufgrund der Strukturverschiebungen im nationalen und internationalen Printgeschäft erwarten wir rückläufige Werbe- und Vertriebs Erlöse. Für die übrigen Erlöse rechnen wir mit einem Anstieg. Für das EBITDA rechnen wir auch aufgrund von geplanten Investitionen in die Produktqualität und die Digitalisierung mit einem Rückgang im niedrigen zweistelligen Prozentbereich.

Im Segment **Vermarktungsangebote** rechnen wir mit einem Wachstum der Gesamterlöse im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich, der im Wesentlichen auf dem erwarteten Wachstum der übrigen Erlöse basiert. Für das EBITDA rechnen wir unter anderem aufgrund der geplanten strukturellen Anpassungsmaßnahmen im Bereich des Performance-Marketings sowie der geplanten Aufwendungen für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und die Internationalisierung digitaler Geschäftsmodelle im Bereich der Reichweitenvermarktung mit einem Rückgang im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich.

Für das Segment **Services/Holding** gehen wir aufgrund rückläufiger Druckereierlöse sowie geringerer Dienstleistungserlöse im Zusammenhang mit dem Verkauf von Aktivitäten an die Funke Mediengruppe von einem deutlichen Rückgang der Erlöse aus, dem ein deutlich verbessertes EBITDA aufgrund von geringeren Aufwendungen für Strukturanpassungen und positiven Sondereinflüssen wie weiteren Zahlungen aus dem Kirch-Insolvenzverfahren gegenüber steht.

Für das EBIT erwarten wir eine dem EBITDA vergleichbare Entwicklung.

### Erwartete Finanz- und Vermögenslage

In der Finanz- und Vermögenslage werden die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte auf Basis der bislang geplanten Investitionsprojekte über dem Vorjahresniveau liegen. Die Finanzierung erfolgt aus dem operativen Cashflow.

#### Dividendenpolitik

Axel Springer strebt unter der Voraussetzung einer weiterhin soliden Ertragslage eine Dividendenpolitik mit stabilen oder leicht steigenden Ausschüttungen an, die gleichzeitig die Finanzierung von Wachstum ermöglicht.

#### Erwartete Entwicklung der Mitarbeiterzahl

Die Zahl der Mitarbeiter im Konzern wird im Jahresdurchschnitt 2015 über dem Vorjahreswert liegen. Wesentlicher Grund hierfür ist der organisch und auch akquisitorisch bedingte Mitarbeiteraufbau im Zuge der digitalen Transformation.

#### Planungsgrundlagen

Die künftige Entwicklung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage planen wir auf Basis von Annahmen, die aus heutiger Sicht plausibel und hinreichend wahrscheinlich sind. Die tatsächliche Entwicklung kann jedoch deutlich von den getroffenen Annahmen und den daraus resultierenden Planungen und Trendaussagen abweichen.

Die Prognosen für das EBITDA, das EBIT und das bereinigte Ergebnis je Aktie beinhalten keine Effekte aus möglichen zukünftigen Akquisitionen, Desinvestitionen und Kapitalmaßnahmen sowie aus ungeplanten Restrukturierungsaufwendungen. Mögliche Effekte aus der geplanten Zusammenführung der Immobilienportale Immonet und Immowelt zu einem Gemeinschaftsunternehmen sind in der Prognose nicht berücksichtigt.

Das EBITDA, das EBIT und das bereinigte Ergebnis je Aktie beinhalten keine Sondereffekte, keine Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen sowie auf diese Effekte entfallende Steuern. Sondereffekte enthalten Effekte aus dem Erwerb und der Veräußerung von Tochtergesellschaften, Unternehmensteilen und Beteiligungen, Abschreibungen und Zuschreibungen auf Beteiligungen, Effekte aus der Veräußerung von Immobilien, Sonderabschreibungen und Zuschreibungen auf eigengenutzte Immobilien. Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen beinhalten den Aufwand aus Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen, die im Rahmen von Unternehmens- und Geschäftserwerben erworben wurden.

Wir erachten das EBITDA, das EBIT und das bereinigte Ergebnis je Aktie als geeignete Kennzahlen zur Messung der operativen Ertragskraft von Axel Springer, da diese Kennzahlen Effekte außer Acht lassen, die die fundamentale Geschäftsentwicklung von Axel Springer nicht reflektieren.

Das EBITDA, das EBIT und das bereinigte Ergebnis je Aktie sind nach den internationalen Rechnungslegungsvorschriften nicht definierte Kennzahlen, die als ergänzende Informationen anzusehen sind.

# Konzern-Bilanz

Mio. €		
AKTIVA	31.03.2015	31.12.2014
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>4.467,2</b>	<b>4.315,8</b>
Immaterielle Vermögenswerte	3.193,9	3.018,3
Sachanlagen	522,1	523,5
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	33,2	31,3
Finanzanlagen	594,2	633,2
Nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen	60,9	51,2
Sonstige Finanzanlagen	533,3	582,0
Forderungen gegen nahestehende Personen und Unternehmen	30,9	30,9
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	15,7	15,6
Sonstige Vermögenswerte	23,1	8,5
Aktive latente Steuern	54,0	54,4
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.206,3</b>	<b>1.241,9</b>
Vorräte	19,1	23,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	540,3	523,8
Forderungen gegen nahestehende Personen und Unternehmen	13,5	12,7
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	47,2	46,7
Sonstige Vermögenswerte	129,2	156,1
Finanzmittel	331,1	383,1
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	126,0	95,9
<b>Bilanzsumme Aktiva</b>	<b>5.673,5</b>	<b>5.557,7</b>

Mio. €		
PASSIVA	31.03.2015	31.12.2014
<b>Eigenkapital</b>	<b>2.476,2</b>	<b>2.354,9</b>
Anteile der Aktionäre der Axel Springer SE	2.104,7	2.004,2
Anteile anderer Gesellschafter	371,4	350,8
<b>Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten</b>	<b>2.109,0</b>	<b>2.169,6</b>
Rückstellungen für Pensionen	395,4	376,6
Sonstige Rückstellungen	73,3	76,7
Finanzverbindlichkeiten	964,0	1.047,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,3	0,3
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	3,4	7,7
Sonstige Verbindlichkeiten	340,7	333,3
Passive latente Steuern	331,9	327,9
<b>Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten</b>	<b>1.088,4</b>	<b>1.033,2</b>
Rückstellungen für Pensionen	23,8	23,1
Sonstige Rückstellungen	208,3	209,6
Finanzverbindlichkeiten	29,3	3,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	319,8	313,2
Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Personen und Unternehmen	13,9	9,2
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	12,1	40,4
Sonstige Verbindlichkeiten	409,3	365,8
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	71,9	68,0
<b>Bilanzsumme Passiva</b>	<b>5.673,5</b>	<b>5.557,7</b>

# Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Mio. €		
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	Q1/2015	Q1/2014
Umsatzerlöse	780,6	692,3
Sonstige betriebliche Erträge	33,9	29,5
Bestandsveränderung und andere aktivierte Eigenleistungen	4,2	2,8
Materialaufwand	-250,2	-227,2
Personalaufwand	-260,9	-225,1
Abschreibungen	-44,3	-39,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-188,4	-156,3
Beteiligungsergebnis	-1,0	17,1
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-1,6	-0,6
Übriges Beteiligungsergebnis	0,6	17,7
Finanzergebnis	-12,6	-7,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-18,2	-21,2
<b>Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>43,0</b>	<b>65,6</b>
<b>Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>0,0</b>	<b>15,6</b>
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>43,0</b>	<b>81,2</b>
Auf Aktionäre der Axel Springer SE entfallender Konzernüberschuss	31,5	70,9
Auf andere Gesellschafter entfallender Konzernüberschuss	11,4	10,3
<b>Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) aus fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>0,32</b>	<b>0,58</b>
<b>Unverwässertes/verwässertes Ergebnis je Aktie (in €) aus nicht fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>0,00</b>	<b>0,14</b>

Mio. €		
Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen	Q1/2015	Q1/2014
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>43,0</b>	<b>81,2</b>
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus leistungsorientierten Plänen	-12,4	-0,6
<b>Posten, die zukünftig nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>-12,4</b>	<b>-0,6</b>
Veränderungen aus der Währungsumrechnung	97,4	6,0
Veränderungen der Zeitwerte und Realisierung der Gewinne und Verluste im Zusammenhang mit zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	0,1	17,5
Veränderungen der Zeitwerte von Derivaten in Cashflow Hedges	1,0	-0,1
Sonstiges Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	0,5	0,0
<b>Posten, die zukünftig bei Erfüllung bestimmter Voraussetzungen in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden</b>	<b>99,0</b>	<b>23,4</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>86,6</b>	<b>22,8</b>
<b>Konzerngesamtergebnis</b>	<b>129,6</b>	<b>104,0</b>
Auf Aktionäre der Axel Springer SE entfallendes Konzerngesamtergebnis	102,7	89,1
Auf andere Gesellschafter entfallendes Konzerngesamtergebnis	26,9	14,9

# Konzern-Kapitalflussrechnung

Mio. €	Q1/2015	Q1/2014
<b>Konzernüberschuss</b>	<b>43,0</b>	<b>81,2</b>
Überleitung des Konzernüberschusses auf den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit:		
Abschreibungen/Zuschreibungen	41,8	34,7
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	1,6	0,6
Ergebnis aus dem Abgang von konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten sowie immateriellen Vermögenswerten, Sach- und Finanzanlagen	-0,3	-16,4
Veränderung der langfristigen Rückstellungen	-0,6	7,1
Veränderung der latenten Steuern	-1,4	-3,4
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-12,1	18,8
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-2,0	-23,6
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva	14,6	14,9
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit<sup>1)</sup></b>	<b>84,5</b>	<b>114,0</b>
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	10,0	0,1
Einzahlungen aus Abgängen von konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich abgegebener Zahlungsmittel	0,5	1,0
Einzahlungen aus dem Abgang von Finanzanlagen	65,2	62,9
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	-23,6	-18,2
Erwerb von Anteilen an konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich übernommener Zahlungsmittel	-88,6	-102,8
Investitionen in Finanzanlagen	-20,4	-24,4
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit<sup>1)</sup></b>	<b>-56,8</b>	<b>-81,4</b>
Gewinnausschüttung an andere Gesellschafter	-1,3	-1,1
Erwerb nicht beherrschender Anteile	-1,8	0,0
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	-0,2	-0,2
Aufnahme von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	3,7	9,1
Tilgung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten	-84,9	-39,2
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit<sup>1)</sup></b>	<b>-84,5</b>	<b>-31,4</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>-56,8</b>	<b>1,2</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds	7,0	0,3
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	383,1	248,6
Zahlungsmittelveränderung im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	-2,2	4,1
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>331,1</b>	<b>254,2</b>

<sup>1)</sup> Zum Anteil nicht fortgeführter Aktivitäten siehe Anhang.

# Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital				Anteile der Aktionäre der Axel Springer SE	Anteile anderer Gesellschafter	Eigenkapital
					Währungsumrechnung	Zeitwertanpassung					
						Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Derivate in Cashflow Hedges	Sonstiges Eigenkapital			
<b>Stand 01.01.2014</b>	<b>98,9</b>	<b>44,2</b>	<b>1.781,6</b>		<b>-3,7</b>	<b>9,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-60,3</b>	<b>1.869,9</b>	<b>374,1</b>	<b>2.244,0</b>
Konzernüberschuss			70,9						70,9	10,3	81,2
Sonstiges Ergebnis					6,6	12,2	-0,1	-0,6	18,2	4,7	22,8
<b>Konzerngesamtergebnis</b>			<b>70,9</b>		<b>6,6</b>	<b>12,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>89,1</b>	<b>14,9</b>	<b>104,0</b>
Gewinnausschüttungen										-1,1	-1,1
Konsolidierungskreisänderungen										2,3	2,3
Sonstige Veränderungen		0,2	-0,3						-0,1	0,2	0,1
<b>Stand 31.03.2014</b>	<b>98,9</b>	<b>44,4</b>	<b>1.852,3</b>	<b>0,0</b>	<b>2,9</b>	<b>21,6</b>	<b>-0,4</b>	<b>-60,9</b>	<b>1.958,9</b>	<b>390,4</b>	<b>2.349,3</b>
<b>Stand 01.01.2015</b>	<b>98,9</b>	<b>45,3</b>	<b>2.021,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-28,5</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-132,9</b>	<b>2.004,2</b>	<b>350,8</b>	<b>2.354,9</b>
Konzernüberschuss			31,5						31,5	11,4	43,0
Sonstiges Ergebnis					82,4	0,1	0,5	-11,8	71,2	15,4	86,6
<b>Konzerngesamtergebnis</b>			<b>31,5</b>		<b>82,4</b>	<b>0,1</b>	<b>0,5</b>	<b>-11,8</b>	<b>102,7</b>	<b>26,9</b>	<b>129,6</b>
Gewinnausschüttungen									0,0	-1,4	-1,4
Konsolidierungskreisänderungen			-0,3						-0,3	-5,4	-5,7
Erwerb nicht beherrschender Anteile			-1,8						-1,8	0,6	-1,2
Sonstige Veränderungen		0,2	-0,1						0,0	0,0	0,0
<b>Stand 31.03.2015</b>	<b>98,9</b>	<b>45,5</b>	<b>2.050,5</b>	<b>0,0</b>	<b>53,9</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-144,6</b>	<b>2.104,8</b>	<b>371,4</b>	<b>2.476,2</b>

# Konzern-Segmentberichterstattung

## Operative Segmente

Mio. €	Bezahlangebote		Vermarktungsangebote		Rubrikenangebote		Services/Holding		Konzernabschluss	
	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014
<b>Außenumsatzerlöse</b>	<b>348,7</b>	<b>353,8</b>	<b>219,0</b>	<b>188,9</b>	<b>176,2</b>	<b>111,2</b>	<b>36,7</b>	<b>38,4</b>	<b>780,6</b>	<b>692,3</b>
Innenumsatzerlöse	1,8	2,3	1,5	1,3	0,1	0,1	53,9	47,0		
Segmentumsatzerlöse	350,4	356,1	220,6	190,1	176,3	111,2	90,6	85,4		
<b>EBITDA<sup>1)</sup></b>	<b>40,3</b>	<b>57,3</b>	<b>22,4</b>	<b>26,4</b>	<b>70,7</b>	<b>48,2</b>	<b>-13,6</b>	<b>-13,6</b>	<b>119,8</b>	<b>118,4</b>
<b>EBITDA-Rendite<sup>1)</sup></b>	<b>11,6%</b>	<b>16,2%</b>	<b>10,2%</b>	<b>14,0%</b>	<b>40,1%</b>	<b>43,4%</b>			<b>15,3%</b>	<b>17,1%</b>
Enthaltenes Ergebnis aus Beteiligungen	0,8	0,8	-1,8	0,3	-0,3	-0,3	0,3	0,3	-1,0	1,1
Davon nach der Equity-Methode bewertet	0,8	0,7	-2,1	-1,0	-0,3	-0,3	0,0	0,0	-1,6	-0,6
Ab-/Zuschreibungen (ohne Sondereffekte und Kaufpreisallokationen)	-7,9	-7,2	-2,9	-2,6	-6,4	-4,0	-7,3	-5,7	-24,5	-19,4
<b>EBIT<sup>2)</sup></b>	<b>32,4</b>	<b>50,1</b>	<b>19,5</b>	<b>23,8</b>	<b>64,3</b>	<b>44,2</b>	<b>-20,9</b>	<b>-19,3</b>	<b>95,3</b>	<b>98,9</b>
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen	-4,3	-4,0	-2,2	-2,6	-10,7	-8,2	0,0	0,0	-17,3	-14,9
Sondereffekte	1,0	-3,7	-2,7	15,5	1,4	-1,8	-3,9	0,0	-4,2	9,9
Segmentergebnis vor Zinsen und Steuern	29,0	42,3	14,6	36,7	55,0	34,2	-24,8	-19,3	73,8	94,0
Finanzergebnis									-12,6	-7,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag									-18,2	-21,2
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten									43,0	65,6
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten									0,0	15,6
<b>Konzernüberschuss</b>									<b>43,0</b>	<b>81,2</b>

<sup>1)</sup> Bereinigt um Sondereffekte.

<sup>2)</sup> Bereinigt um Sondereffekte und Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen.

## Geografische Informationen

Mio. €	Deutschland		Übrige Länder		Konzernabschluss	
	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014	Q1/2015	Q1/2014
Außenumsatzerlöse	410,3	395,7	370,3	296,7	780,6	692,3

# Anhang

## Allgemeine Angaben

Die Axel Springer SE ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin, Deutschland.

Der Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2015 der Axel Springer SE 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 31. März 2015 angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie die angewandten Schätzungsmethoden entsprechen grundsätzlich denen des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2014. Eine detaillierte Beschreibung dieser Methoden ist im Anhang des Konzernabschlusses 2014 veröffentlicht.

## Konsolidierungskreis

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

	31.03.2015	31.12.2014
<b>Vollkonsolidierte Gesellschaften</b>		
Deutschland	70	67
Übrige Länder	99	92
<b>Nach der Equity-Methode einbezogene Gesellschaften</b>		
Deutschland	6	5
Übrige Länder	5	5

Es ergaben sich vor allem die folgenden Änderungen:

Der Erwerb von 51% der Anteile an der @Leisure Gruppe, Amsterdam, Niederlande, erfolgte Anfang Januar 2015. Als Folge dieser Akquisition werden die @Leisure Holding B.V., Amsterdam, Niederlande, und vier weitere ausländische Tochtergesellschaften sowie zwei inländische Tochtergesellschaften seit dem Erwerbszeitpunkt im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen.

Im Januar 2015 haben wir 100% der Anteile an der ictjob SPRL, Waterloo, Belgien, erworben. Als Folge dieser Akquisition haben wir diese Gesellschaft seit dem Erwerbszeitpunkt vollkonsolidiert.

Die Axel Springer Plug and Play Accelerator GmbH, Berlin, wird seit Anfang Januar 2015 als Joint Venture gemäß der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Im Februar 2015 haben wir 100% der Anteile an Topic Travel B.V., Den Haag, Niederlande, erworben und die Gesellschaft seitdem vollkonsolidiert.

Ende Februar 2015 haben wir 100% der Anteile an der Livingly Media Inc., San Carlos, USA, erworben und die Gesellschaft seitdem vollkonsolidiert.

## *Akquisitionen und Desinvestitionen*

Anfang Januar haben wir 51 % der Anteile an der @Leisure Holding B.V., Amsterdam, Niederlande, und damit an der **@Leisure-Gruppe** erworben. @Leisure ist ein führender Betreiber von Online-Vermittlungsportalen für Ferienimmobilien in Europa. Durch die Mehrheitsbeteiligung an @Leisure ergänzt Axel Springer seine bestehenden digitalen Aktivitäten im Reisemarkt. Die vorläufigen und im Berichtszeitraum gezahlten Anschaffungskosten betragen € 64,8 Mio. und umfassten den Kaufpreis von € 56,8 Mio. sowie übernommene Verbindlichkeiten von € 8,0 Mio. Die im erworbenen Nettoreinvermögen enthaltenen Finanzmittel betragen € 33,3 Mio., die Finanzverbindlichkeiten bezifferten sich auf € 23,6 Mio. Im sonstigen betrieblichen Aufwand des Geschäftsjahres erfasste Anschaffungsnebenkosten betragen € 0,2 Mio. Aufgrund der zeitlichen Nähe des Erwerbs zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts konnte die Neubewertung des übernommenen Nettoreinvermögens im Rahmen der Kaufpreisallokation noch nicht durchgeführt werden. Ein entstehender Geschäfts- oder Firmenwert wird dem Segment Rubrikenangebote zugeordnet.

Seit dem erstmaligen Einbezug zum 1. Januar 2015 hat die @Leisure-Gruppe zum Konzernumsatz in Höhe von € 16,7 Mio. sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von € 4,2 Mio. beigetragen. Diese Angaben berücksichtigen noch nicht die Effekte aus der noch durchzuführenden Kaufpreisallokation.

Die aufeminin-Gruppe hat Ende Februar im Rahmen ihrer Internationalisierungsstrategie alle Anteile am Digitalverlag Livingly Media, Inc., San Carlos, USA, übernommen. **Livingly Media** betreibt die drei Internetseiten Zimbio.com (Entertainment), StyleBistro.com (Mode, Beauty und Style) und Lonny.com (Wohnen und Dekor). Die vorläufigen Anschaffungskosten betragen € 39,1 Mio. und umfassten den im Berichtszeitraum gezahlten Kaufpreis von € 22,0 Mio., übernommene und gezahlte Verbindlichkeiten von € 2,3 Mio. sowie eine zum Erwerbstichtag erfasste bedingte Kaufpreisverbindlichkeit von € 14,8 Mio. aus einer Earn-out Vereinbarung, die in den Jahren 2017-2019 zur Auszahlung kommen kann. Die Höhe der Earn-out Verpflichtung hängt im Wesentlichen

von der Ergebnisentwicklung der Gesellschaft in den Jahren vor den möglichen Zahlungszeitpunkten der Earn-outs ab. Die im erworbenen Nettoreinvermögen enthaltenen Finanzmittel betragen € 1,3 Mio. Aufgrund der zeitlichen Nähe des Erwerbs zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts konnte die Neubewertung des übernommenen Nettoreinvermögens im Rahmen der Kaufpreisallokation noch nicht durchgeführt werden. Ein entstehender Geschäfts- oder Firmenwert wird dem Segment Vermarktungsangebote zugeordnet.

Seit dem erstmaligen Einbezug hat Livingly Media zum Konzernumsatz in Höhe von € 0,7 Mio. sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von € - 0,5 Mio. beigetragen. Wenn Livingly Media bereits zum 1. Januar 2015 vollkonsolidiert worden wäre, hätte Livingly Media zum Konzernumsatz in Höhe von € 1,9 Mio. sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von € - 1,5 Mio. beigetragen. Diese Angaben berücksichtigen noch nicht die Effekte aus der noch durchzuführenden Kaufpreisallokation.

Die im Berichtszeitraum vollzogenen **weiteren Unternehmenszusammenschlüsse** betrafen die Erwerbe von jeweils 100% der Anteile an ictjob SPRL, Waterloo, Belgien, Interactive Junction Holding Pty. Ltd., Johannesburg, Südafrika, Topic Travel B.V., Den Haag, Niederlande, und Nasza Klasa Sp. z o.o., Wroclaw, Polen. Darüber hinaus wurden die Akquisitionen von Profession.hu Kft., Budapest, Ungarn, und Sokoweb Technologies, S.L., Barcelona, Spanien, im April vollzogen. Diese Unternehmenserwerbe erfolgten im Rahmen unserer Strategie, der führende digitale Verlag zu werden, und hatten einzeln keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Die vorläufigen Anschaffungskosten dieser Unternehmenserwerbe betragen insgesamt € 59,6 Mio. und beinhalteten neben den gezahlten Kaufpreisen auch bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten von € 7,5 Mio. Die bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten resultierten aus Earn-out Vereinbarungen und aus Optionsrechten auf den Erwerb der restlichen Anteile und wurden mit ihren Zeitwerten zum Erwerbstichtag erfasst. Der Zeitwert hängt im Wesentlichen von der Ergebnisentwicklung der

erworbenen Gesellschaften in den Jahren vor den möglichen Zahlungs- bzw. Ausübungszeitpunkten ab.

Aufgrund der zeitlichen Nähe der Erwerbe zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Quartalsberichtes lagen uns keine geprüften Finanzinformationen vor bzw. die Neubewertung des übernommenen Nettovermögens im Rahmen der Kaufpreisallokationen wurde noch nicht abgeschlossen. Die entstehenden Geschäfts- oder Firmenwerte werden überwiegend den Segmenten Bezahlangebote und Rubrikenangebote zugeordnet.

Im Februar hat die aufeminin-Gruppe eine Vereinbarung über die Veräußerung von 100 % der Anteile an **Smart AdServer**, Paris, Frankreich, zu einem Gesamtpreis von € 37 Mio. geschlossen. Der Vollzug der Transaktion erfolgte im April 2015. Zum 31. März 2015 haben wir in diesem Zusammenhang Vermögenswerte in Höhe von € 30,1 Mio. und Verbindlichkeiten in Höhe von € 3,9 Mio. als zur Veräußerung gehalten ausgewiesen.

Weitere im Berichtszeitraum vollzogene Unternehmenstransaktionen hatten einzeln und in Summe keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

### *Nicht fortgeführte Aktivitäten*

Im Vorjahr haben wir die inländischen Regionalzeitungen, Programm- und Frauenzeitschriften sowie die Geschäfte und Beteiligungen von Ringier Axel Springer Media in der Tschechischen Republik als nicht fortgeführte Aktivitäten separat ausgewiesen.

Der Verkauf der inländischen Regionalzeitungen sowie der Programm- und Frauenzeitschriften an die FUNKE Mediengruppe wurde am 30. April 2014 mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2014 vollzogen. Vor der vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassung betrug der Kaufpreis € 920 Mio. Nach Berücksichtigung der Kaufpreisanpassung wurde ein Kaufpreis in Höhe von € 876,5 Mio. zugrunde gelegt, der unter anderem berücksichtigt, dass der Käufer Nettoverbindlichkeiten übernommen hat. Der Kaufpreis wurde in Höhe von

€ 632,9 Mio. in bar beglichen; in Höhe von € 243,6 Mio. übernahm die FUNKE Mediengruppe gegenüber Axel Springer SE eine nachrangige Darlehensverpflichtung mit mehrjähriger Laufzeit. Die Steuerbelastung in Zusammenhang mit dem Verkauf betrug € 248,3 Mio. Im Rahmen der Erfüllung fusionskontrollrechtlicher Nebenbestimmungen hat die FUNKE Mediengruppe einen Teil der erworbenen sowie der eigenen Programmzeitschriften an eine Gesellschaft der Klambt Mediengruppe veräußert. Zur Finanzierung dieses Erwerbs hat sich die Axel Springer SE für ein durch diese Gesellschaft der Klambt Mediengruppe in Anspruch genommenes Bankdarlehen bis zu einem Betrag in Höhe von € 51,0 Mio. verbürgt (Stand zum 31. März 2015: € 41,2 Mio.).

Darüber hinaus hat die Ringier Axel Springer Media AG nach Freigabe durch die tschechische Kartellbehörde am 30. April 2014 ihre Geschäfte und Beteiligungen in der Tschechischen Republik an zwei tschechische Unternehmer veräußert. Dazu gehörten neben der führenden Boulevardzeitung BLESK und dem führenden Nachrichtenmagazin REFLEX auch Auto- und Frauenzeitschriften. Der auf einem Unternehmenswert von € 170 Mio. basierende Kaufpreis betrug unter Berücksichtigung insbesondere der übertragenen Nettoliquidität insgesamt € 196,5 Mio.

Zum 31. März 2014 betragen die Buchwerte der Vermögenswerte der nicht fortgeführten Aktivitäten € 209,2 Mio. und die Buchwerte der Verbindlichkeiten € 90,3 Mio.

Das Ergebnis der im Vorjahr veräußerten nicht fortgeführten Aktivitäten für den Zeitraum Januar bis März 2014 gliederte sich wie folgt:

Mio. €	Q1/2014
Umsatzerlöse	136,8
Sonstige betriebliche Erträge	1,9
Aufwendungen	-117,3
<b>Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten (vor Steuern)</b>	<b>21,4</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5,8
<b>Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten (nach Steuern)</b>	<b>15,6</b>
<b>Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>15,6</b>
davon auf Aktionäre der Axel Springer SE entfallend	13,8
davon auf andere Gesellschafter entfallend	1,9

Die folgende Tabelle enthält Angaben zu den in den Cashflows enthaltenen Zahlungsmittelzu- und -abflüssen aus den im Vorjahr veräußerten nicht fortgeführten Aktivitäten.

Mio. €	Q1/2014
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	17,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-0,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	0,0

## Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Von Januar bis März 2015 wurden für nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen mit einem Wert von € 4,0 Mio. (Vj.: € 5,6 Mio.) erbracht. Die von nahestehenden Unternehmen empfangenen Lieferungen und Leistungen erreichten im Berichtszeitraum ein Volumen von € 5,9 Mio. (Vj.: € 5,9 Mio.).

An nicht fortgeführte Geschäftsaktivitäten wurden darüber hinaus im Vorjahr Leistungen in Höhe von € 21,2 Mio. erbracht sowie Leistungen im Wert von € 1,4 Mio. empfangen.

Die Transaktionen, aus denen diese empfangenen und erbrachten Lieferungen und Leistungen resultierten, entsprechen grundsätzlich dem im Konzernabschluss

zum 31. Dezember 2014 beschriebenen Lieferungs- und Leistungsumfang.

## Sonstige Angaben

Im Berichtszeitraum haben wir durch Ausübung einer Putoption rund 2,7 % der Anteile an der Doğan TV Holding A.S., Istanbul, Türkei, verkauft. Der Erlös aus dieser Transaktion betrug € 63,3 Mio. Der Ende des Vorjahres erfasste Wert für die vertraglich vereinbarten Putoptionen in Höhe der abgezinsten Zahlungsansprüche wurde entsprechend reduziert, so dass sich keine Ergebniseffekte ergaben. Die verbliebenen Putoptionen sind zum 31. März 2015 mit ihrem auf Basis nicht beobachtbarer Parameter (abgezinsten Zahlungsansprüche) ermittelten Zeitwert in Höhe von € 195,8 Mio. erfasst.

Die Bewertung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten erfolgte mit den im Folgenden beschriebenen Ausnahmen zu fortgeführten Anschaffungskosten. Lediglich bei den Finanzverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten stimmten hierbei die Buchwerte nicht mit den Zeitwerten überein. Bei einem Buchwert von € 991,4 Mio. betrug der Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten € 1.001,3 Mio. (31. Dezember 2014: Buchwert: € 1.049,0 Mio., Zeitwert: € 1.062,3 Mio.).

Die positiven bzw. negativen Zeitwerte derivativer Finanzinstrumente ohne Sicherungsbeziehung betrugen zum Bilanzstichtag € 3,5 Mio. bzw. € -43,8 Mio. (31. Dezember 2014: € 0,5 Mio. bzw. € -43,6 Mio.) und wurden in den Bilanzpositionen sonstige Vermögenswerte bzw. sonstige Verbindlichkeiten erfasst. Dabei handelte es sich im Wesentlichen um Devisentermingeschäfte, die zur Absicherung von Währungsrisiken aus in Euro begebenen Darlehen ausländischer Tochtergesellschaften in Norwegen und Großbritannien (Nominalwerte: € 300,0 Mio. bzw. € 65,0 Mio.) abgeschlossen wurden. Die Zeitwertbewertung erfolgte auf Basis beobachtbarer Parameter mittels anerkannter Bewertungsmethoden und ist insbesondere von der Entwicklung der Terminkurse bzw. Zinsstrukturkurven beeinflusst. Die Gewinne und Verluste aus der Zeitwertbewertung dieser Devisentermingeschäfte wurden – genau wie die Effekte aus den

Währungsschwankungen der Grundgeschäfte – ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Darüber hinaus bestand zum Bilanzstichtag eine bilanzielle Sicherungsbeziehung zur Absicherung von Währungsrisiken einer Kaufpreiszahlung für eine Unternehmensakquisition. Bis zum Vollzug der Transaktion werden die Zeitertschwankungen des Sicherungsinstruments im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst. Zum Bilanzstichtag betrug der unter den sonstigen Vermögenswerten erfasste positive Zeitwert des Devisentermingeschäftes € 1,1 Mio. (31. Dezember 2014: weniger als € – 0,1 Mio.).

Die zum Zeitwert auf Basis von nicht beobachtbaren Parametern bewerteten bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten beliefen sich auf € 275,9 Mio. (31. Dezember 2014: € 266,4 Mio.). Im Zuge der Neubewertung

und Aufzinsung wurden in der Berichtsperiode in Summe Aufwendungen und Erträge in Höhe von € - 2,0 Mio. (Vj.: € - 0,8 Mio.) in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Zeitwertbewertung hängt im Wesentlichen von den geschätzten Ergebnissen der erworbenen Gesellschaften in den Jahren vor den möglichen Optionsausübungszeitpunkten ab. Bei den der Bewertung zugrunde gelegten Ergebnissen handelt es sich in der Regel um EBITDAs, bereinigt um wesentliche Einmaleffekte. Bei einer Steigerung bzw. Verringerung der für die Bewertung zugrunde gelegten Ergebnisgrößen um 10 % würde sich der Wert der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten ebenfalls um ca. 10 % verändern.

Mit Ausnahme der folgenden finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten erfolgte die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten:

Mio. €	31.03.2015			31.12.2014		
	Zeitwert auf Basis von Börsenkursen (Stufe 1)	Zeitwert auf Basis beobachtbarer Marktdaten (Stufe 2)	Zeitwert auf Basis nicht beobachtbarer Inputfaktoren (Stufe 3)	Zeitwert auf Basis von Börsenkursen (Stufe 1)	Zeitwert auf Basis beobachtbarer Marktdaten (Stufe 2)	Zeitwert auf Basis nicht beobachtbarer Inputfaktoren (Stufe 3)
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung (positiver Zeitwert)		1,1				
Derivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung (positiver Zeitwert)		3,5	195,8		0,5	259,1
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung (negativer Zeitwert)		0,9			0,9	
Derivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung (negativer Zeitwert)			43,8		43,6	
Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten			275,9			266,4

### Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Der von aufeminin im ersten Quartal eingeleitete Verkauf von Smart AdServer wurde im April 2015 vollzogen (s. Kapitel „Akquisitionen und Desinvestitionen“).

## *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 SE für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis 31. März 2015, 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. Mai 2015

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Ludwig  
Wirtschaftsprüfer



Mielke  
Wirtschaftsprüferin

### *Bericht des Audit Committee des Aufsichtsrats*

Der Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2015 sowie die als Grundlage für seine Beurteilung erstellte Bescheinigung des Abschlussprüfers über die prüferische Durchsicht des Konzernzwischenabschlusses haben dem Audit Committee des Aufsichtsrats vorgelegen und sind vom Vorstand erläutert worden. Die Unterlagen wurden vom Audit Committee mit dem Vorstand und 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 Mai 2015

Lothar Lanz  
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 SE 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 SE dar. Dieser Quartalsfinanzbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.

## Weitere Informationen

### Finanzkalender 2015

---

Bilanzpressekonferenz	4. März 2015
Hauptversammlung	14. April 2015
Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2015	7. Mai 2015
Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2015	4. August 2015
Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2015	4. November 2015

---

### Kontakte

---

Axel Springer SE  
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  
Co-Head of Investor Relations  
Tel. +49 (0) 30 25 91-7 74 21  
claudia.thome@axelspringer.de

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

---

Weitere Informationen über die Axel Springer SE sind im Internet abrufbar unter [www.axelspringer.de](http://www.axelspringer.de). Der Quartalsfinanzbericht liegt auch in englischer Sprache vor.