

Lagebericht

Konzern und Axel Springer AG

Erneute Ergebnisverbesserung in schwierigem Marktumfeld

Das Geschäftsjahr 2004 war gekennzeichnet durch ein weiterhin schwieriges Markt- und Branchenumfeld, die positiven Auswirkungen der Restrukturierung, die erfolgreiche Einführung neuer Zeitungen und Zeitschriften bei entsprechenden Anlaufverlusten und den Abschluß eines Vergleichs über die gegenüber der ehemaligen Kirch Gruppe ausgeübten Put-Option. Der Umsatz stieg von € 2.320,7 Mio. im Vorjahr auf € 2.402,0 Mio.; dabei nahmen sowohl die Vertriebs- als auch die Anzeigenerlöse zu. Axel Springer steigerte das um Sondereffekte bereinigte EBITA gegenüber dem Vorjahr von € 215,4 Mio. auf € 335,8 Mio. und den Konzern-Jahresüberschuß von € 111,6 Mio. auf € 147,5 Mio. Dabei trug der Kirch-Vergleich mit € 92,6 Mio. zum EBITA und mit € 62,3 Mio. zum Jahresüberschuß bei. Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich von € 3,26 auf € 4,66. Für 2005 rechnet der Vorstand mit einer leichten Umsatzsteigerung, sofern sich die neu gestarteten Titel weiterhin erfolgreich entwickeln und die Anzeigenmärkte wachsen. Durch weiterhin striktes Kostenmanagement und die schrittweise Profitabilisierung neuer Zeitungen und Zeitschriften soll erreicht werden, daß das EBITA 2005 leicht über dem um die Effekte aus dem Kirch-Vergleich bereinigten EBITA 2004 liegt.

Vorbemerkungen Der Konzernabschluß für das Geschäftsjahr 2004 ist erstmals nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt worden. Die wesentlichen Unterschiede zur Bilanzierung und Bewertung nach den Vorschriften des HGB sind im Anhang des Konzernabschlusses dargestellt.

Der nachfolgende Lagebericht enthält Aussagen zur Entwicklung des Axel Springer Konzerns, die im wesentlichen ebenso für die Entwicklung der Axel Springer AG gelten.

Gesamtwirtschaft

Deutschland: Leichtes Wachstum, Konsum stagniert Nach Angaben des Statistischen Bundesamts verzeichnete Deutschland, der wichtigste Markt für Axel Springer, nach mehrjähriger Stagnation wieder ein leichtes Wirtschaftswachstum. Das Bruttoinlandsprodukt stieg 2004 real um 1,6 %. Dies ist im wesentlichen auf die positive Entwicklung der Exportwirtschaft zurückzuführen. Trotz des gestiegenen Euro-Kurses hat sich die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen deutlich verbessert. Jedoch stagnierte der für den Erfolg der Axel Springer-Objekte ausschlaggebende private Konsum weiter (real - 0,3 %). Wesentliche Ursache war erneut die schwache Dynamik am Arbeitsmarkt. Die Bruttolöhne stiegen nur leicht und gaben keinen wesentlichen Impuls für den Konsum. Zudem fehlte es den Verbrauchern nach wie vor an Vertrauen in die Zukunft; die Sparquote befand sich mit 10,9 % weiterhin auf hohem Niveau. Die Preissteigerungsrate lag bei 1,6 % (Vorjahr: 1,1 %).

Europa: Uneinheitliche Entwicklung Nach Schätzungen des Gemeinschaftsgutachtens führender deutscher Wirtschaftsforschungsinstitute erreichte das Wirtschaftswachstum in den meisten Auslandsmärkten, in denen Axel Springer mit eigenen Verlagsaktivitäten vertreten ist, deutlich höhere Zuwachsraten als in Deutschland: Das Bruttoinlandsprodukt Polens wuchs mit 6,0 %, Ungarns mit 3,9 %. Rußland profitierte vom hohen Rohölpreis und verzeichnete 2004 ein Wachstum von 7,0 %. Die Konjunktur im osteuropäischen Raum wurde wesentlich von der Binnennachfrage getragen, bei unverändert rascher Ausweitung des Konsums beschleunigte sich fast überall die Investitionstätigkeit. Spanien kam auf ein Wachstum von 2,7 % und Frankreich von 2,4 %. Auch in diesen Ländern wurde das Wachstum in starkem Maße von der Binnennachfrage getragen. Das Wirtschaftswachstum in der Schweiz lag bei 1,7 %.

Geschäftsverlauf

Kerngeschäft gestärkt In einem weiterhin schwierigen Markt- und Branchenumfeld baute Axel Springer das inländische Kerngeschäft erfolgreich aus. Im Zeitungsgeschäft wurden Umsatz und Ergebnis der bestehenden Titel erfolgreich entwickelt, die Präsenz im Zeitungsmarkt durch die Einführung von WELT KOMPAKT gestärkt und die Position im deutschen Regionalzeitungsmarkt durch eine Beteiligung von 14,5 % am Westfalen-Blatt ausgebaut. Das Zeitschriftensegment war und ist hoher Wettbewerbsintensität durch die Einführung neuer preisgünstiger Titel ausgesetzt und litt in den für Axel Springer relevanten Marktbereichen unter erheblicher Werbezurückhaltung. Vor diesem Hintergrund hat Axel Springer mit entsprechenden Anlaufverlusten in den Ausbau und die Verbesserung der Marktposition investiert. Durch die Einführung von TV DIGITAL konnte die Position im wichtigen Segment der Programmzeitschriften gestärkt werden. Die im Vorjahr eingeführten Titel AUDIO VIDEO FOTO BILD, FRAU von HEUTE und JOLIE wurden erfolgreich weiterentwickelt. Der Titel ALLEGRA wurde wegen mangelnder wirtschaftlicher Perspektive eingestellt, JOURNAL für die FRAU wurde an Hubert Burda Media verkauft.

Internationalisierung fortgeführt Neben dem erfolgreichen Ausbau von FAKT als Polens größter Tageszeitung stand im internationalen Zeitungsgeschäft die Einführung von REGGEL als Qualitätszeitung für den Großraum Budapest im Vordergrund. In Rußland wurde mit den Titeln RUSSKIJ NEWSWEEK und FORBES RUSSIA der Markteintritt realisiert, in China durch die Gründung einer Repräsentanz der Markteintritt für den ostasiatischen Markt vorbereitet. Insgesamt hat Axel Springer fünf neue Titel im Ausland eingeführt, zusätzlich erschienen neun neue Lizenzausgaben von Axel Springer Titeln.

Ausbau der elektronischen Medien Die Beteiligung der Axel Springer AG an der ProSiebenSat.1 Media AG wurde auf Basis der im Rahmen des Insolvenzplans der Taurus TV GmbH i. I. getroffenen Vergleichsvereinbarung von 10,2 % auf 11,9 % aufgestockt. Zum 1. Januar 2004 erhöhte Axel Springer seine Beteiligung an Hamburg 1 von knapp 7 % auf 30 %. Das Joint Venture BILD.T-ONLINE.DE erreichte die Gewinnzone. Im Internet hat Axel Springer seine Position im Rubrikengeschäft durch den Erwerb von 49,9 % am Online Stellenportal StepStone Deutschland AG gestärkt. Damit ist Axel Springer jetzt in den drei wichtigsten Online-Rubrikenmärkten Stellen, Immobilien (IMMONET.DE) und Auto (AUTOBILD.DE) präsent.

Tiefdruck Joint Venture vereinbart Arvato AG, Gruner+Jahr AG und Co. und Axel Springer AG haben im Berichtsjahr ein Joint Venture vereinbart, das ihre fünf deutschen Tiefdruckbetriebe an den Standorten Ahrensburg, Darmstadt, Itzehoe, Dresden und Nürnberg ab dem 1. Januar 2005 zusammenfaßt. Zusätzlich wurde die Einbeziehung des durch Arvato im Aufbau befindlichen Druckereibetriebes in Liverpool, England, vereinbart. Das Vorhaben steht unter Kartellvorbehalt.

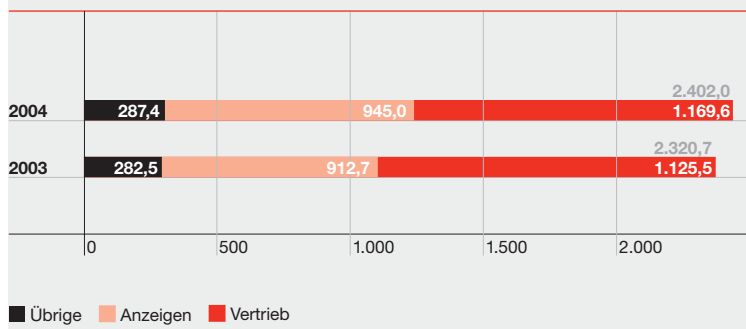
Kirch-Vergleichsvereinbarung Im Rahmen des Insolvenzplanverfahrens der Taurus TV GmbH i. I. wurde zwischen der Axel Springer AG, der Taurus TV GmbH i. I., der KirchMedia GmbH & Co. KGaA i. I. und anderen Parteien ein Vergleich abgeschlossen. Im Rahmen des Vergleichs verzichtet die Axel Springer AG auf ihre Rechte aus der zwischen den beteiligten Parteien strittigen Put-Options-Forderung. Die Axel Springer AG behält dafür ihre mittelbare Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media AG von 10,2 %, stockt diese ohne finanzielle Gegenleistung um 1,7 Prozentpunkte auf 11,9 % auf und erhält von der Taurus TV GmbH i. I. eine Zahlung in Höhe von €60,3 Mio. Insgesamt hat sich der Vergleich im Konzernabschluß mit €92,6 Mio. im Ergebnis vor Steuern ausgewirkt. Darüber hinaus wird für die Axel Springer AG durch den Insolvenzverwalter der KirchMedia GmbH & Co. KGaA i. I. eine Forderung in Höhe von €325,0 Mio. zur Tabelle anerkannt, die im weiteren Insolvenzverfahren berücksichtigt wird.

Ertragslage Konzern

Marktumfeld: Pressevertrieb weiter rückläufig, Anzeigenmarkt leicht entspannt Aufgrund der anhaltend schwachen Konsumneigung sanken die Absatz- und Umsatzzahlen im Pressevertriebsmarkt weiter. Die verkaufte Gesamtauflage der Zeitungen und Zeitschriften ging effektiv um 2,5 % zurück. Die Presseumsätze sanken im Gesamtmarkt um 1,0 %. Die Brutto-Erlöse aus dem Anzeigengeschäft der Printmedien (ohne Rubriken) verzeichneten einen Anstieg von 7,1 % auf € 8,86 Mrd. Die wirtschaftlich entscheidende Netto-Entwicklung stellte sich angesichts des anhaltenden Drucks auf die Konditionen allerdings wesentlich ungünstiger dar. Auch das Rubriken-geschäft als eine der zentralen Erlösquellen für Abonnement-Zeitungen entwickelte sich im Stellen-, Familien- und Reisemarkt weiter rückläufig.

Umsatzerlöse

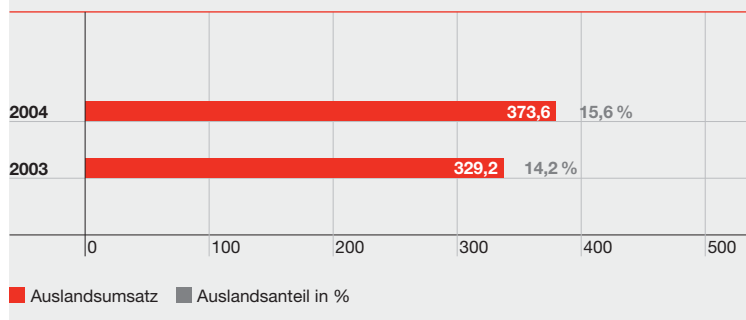
in Mio. €



Axel Springer: Vertriebs- und Anzeigenerlöse erhöht In diesem Marktumfeld steigerte Axel Springer den Konzernumsatz 2004 um € 81,3 Mio. (+ 3,5 %) auf € 2.402,0 Mio. Die Vertriebslöse wuchsen um € 44,1 Mio. (+ 3,9 %) auf € 1.169,6 Mio. und machten damit 48,7 % des Gesamtumsatzes aus. Die Steigerung ist im wesentlichen auf die positive Entwicklung der neu gegründeten Titel im In- und Ausland zurückzuführen. Die Anzeigenerlöse stiegen um € 32,3 Mio. (+ 3,5 %) auf € 945,0 Mio. und hatten einen Anteil von 39,3 % am Gesamtumsatz. Insbesondere der Bereich Zeitungen und der Ausbau des internationalen Geschäfts trugen zum Umsatzanstieg bei. Die übrigen Erlöse stiegen um € 4,9 Mio. (+ 1,7 %) auf € 287,4 Mio.

Auslandsumsatz

in Mio. €



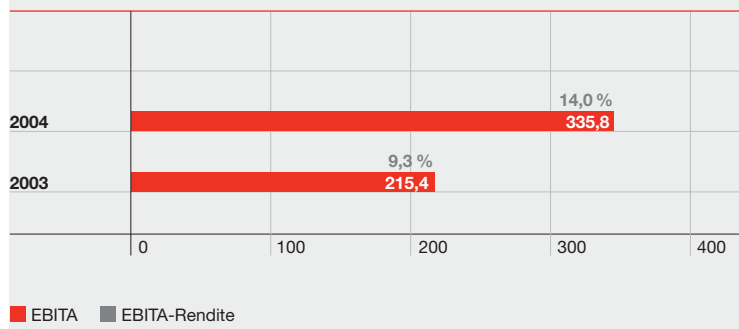
Umsatzwachstum in Auslandsmärkten Der Auslandsumsatz lag mit € 373,6 Mio. um € 44,4 Mio. (+ 13,5 %) über dem Vorjahreswert. Damit wuchs der Auslandsanteil von 14,2 % auf 15,6 %. Hierzu trugen hauptsächlich die Steigerung des Vertriebs- und Anzeigengeschäfts durch die im Oktober 2003 gestartete Tageszeitung FAKT in Polen sowie eine Er-

höhung der Vertriebslöse in Spanien und der Markteintritt in Rußland bei. Diese positiven Effekte konnten rückläufige Vertriebslöse in Frankreich aufgrund des verstärkten Wettbewerbs bei Programmzeitschriften überkompensieren.

Gesamtaufwendungen stiegen unterproportional zum Umsatz Der im EBITA enthaltene operative Gesamtaufwand stieg leicht unterproportional zum Umsatz um € 59,3 Mio. (+ 2,7 %) auf € 2.281,0 Mio. Der Materialaufwand lag mit € 745,3 Mio. um € 40,3 Mio. (+ 5,7 %) über dem Vorjahreswert aufgrund des Anstiegs der Fremden Arbeiten und Honorare im Zusammenhang mit der Gründungsoffensive. Aufgrund sinkender Mitarbeiterzahlen nahm der Personalaufwand um € 47,3 Mio. (- 6,1 %) auf € 722,0 Mio. ab. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind durch die Einführung neuer Objekte um € 44,1 Mio. (+ 6,6 %) auf € 716,7 Mio. gestiegen. Die Abschreibungen (ohne Firmenwertabschreibungen) erhöhten sich um € 22,3 Mio. (+ 29,9 %) auf € 97,0 Mio. aufgrund der Fertigstellung des Neubaus in Berlin, der Inbetriebnahme neuer Anlagen sowie außerordentlicher Titelrechtsabschreibungen.

EBITA, EBITA-Rendite

in Mio. €



EBITA auf historischem Höchststand Im Geschäftsjahr 2004 steigerte Axel Springer das um Sondereffekte bereinigte EBITA um € 120,4 Mio. (+ 55,9 %) auf € 335,8 Mio. Der Abschluß der Vergleichsvereinbarung im Rahmen des Insolvenzplanverfahrens der Taurus TV GmbH i. I. (Kirch-Vergleich) trug mit € 92,6 Mio. zum EBITA bei. Ohne Berücksichtigung des Ergebnisbeitrags des Kirch-Vergleichs wurde trotz der Anlaufkosten der Gründungsoffensive eine Steigerung des EBITA von € 215,4 Mio. auf € 243,2 Mio. erreicht. Dieser Ergebnisanstieg ist auf die erzielte Umsatzsteigerung und das fortgesetzte Kostenmanagement zurückzuführen. Die EBITA-Rendite stieg von 9,3 % auf 14,0 %, ohne den Ergebnisbeitrag des Kirch-Vergleichs auf 10,1 %.

Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten verdoppelt, Jahresüberschuß deutlich gestiegen Das Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten stieg um € 84,3 Mio. (+ 121,6 %) auf € 153,6 Mio., der Konzern-Jahresüberschuß um € 35,9 Mio. (+ 32,2 %) auf € 147,5 Mio. Der Kirch-Vergleich trug mit € 62,3 Mio. zu diesem Anstieg bei, wobei dieser Effekt im Konzern-Jahresüberschuß durch den Rückgang des Ergebnisses aus nicht fortgeführten Aktivitäten zum überwiegenden Teil kompensiert wird.

Jahresüberschuß

in Mio. €

	2004	2003	Veränderung
Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	153,6	69,3	121,6 %
Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	- 6,1	42,3	- 114,4 %
Konzern-Jahresüberschuß	147,5	111,6	32,2 %

Im Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten und im Konzern-Jahresüberschuß ist ein Anstieg der Steuern vom Einkommen und Ertrag um €46,0 Mio. auf €142,1 Mio. enthalten, der neben dem verbesserten operativen Ergebnis auf den fast vollständigen Abschluß der steuerlichen Betriebsprüfungen für den Zeitraum 1991 bis 1999 zurückzuführen ist. Die Zinsen auf die gestundeten Steuern erklären den Rückgang des Finanzergebnisses von €- 24,4 Mio. auf €- 34,3 Mio. Die Firmenwertabschreibungen lagen bei €20,2 Mio. (Vorjahr: €21,5 Mio.), im wesentlichen wegen Wertberichtigungen aufgrund der geänderten Wettbewerbslage im französischen Programmzeitschriftenmarkt.

Ergebnis je Aktie deutlich verbessert Der Anstieg des Ergebnisses je Aktie von €3,26 auf €4,66 ist überwiegend auf die deutliche Verbesserung des Jahresüberschusses zurückzuführen. Zusätzlich sank der gewichtete Durchschnitt der ausgegebenen Aktien von 33.627.000 auf 30.623.000 Stück durch die im November 2003 erworbenen eigenen Aktien. Das verwässerte Ergebnis pro Aktie im Geschäftsjahr 2004 lag bei €4,65 (Vorjahr: €3,26). Hier wurde der Verwässerungseffekt aus den im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms erworbenen Aktienoptionen berücksichtigt.

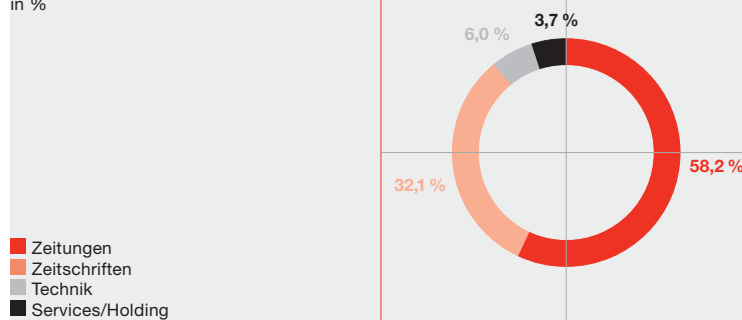
Ergebnis je Aktie

	2004	2003	Veränderung
Jahresüberschuß nach Anteilen anderer Gesellschafter (Mio. €)	142,9	109,5	30,5 %
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien (Tsd.)	30.623	33.627	- 8,9 %
Ergebnis je Aktie, unverwässert (€)	4,66	3,26	42,9 %
Gewichteter Durchschnitt der Aktien verwässert (Tsd.)	30.703	33.627	- 8,7 %
Ergebnis je Aktie, verwässert (€)	4,65	3,26	42,6 %

Ertragslage Segmente**Zeitungen**

Marktumfeld: Weiterer Auflagenrückgang, Anzeigengeschäft leicht verbessert In Deutschland erreichten die 380 IVW-gemeldeten Tages- und Sonntagszeitungen einen Gesamtverkauf von durchschnittlich 26,1 Millionen Exemplaren je Erscheinungstag. Dies entspricht einem Rückgang um 2,3 % gegenüber dem Jahr 2003. Neueinführungen preisgünstiger Titel im Tabloid-Format setzten neue Akzente im Zeitungsmarkt. Verkaufsfördernde Gratiszugaben wie CD-ROMs, Hörbücher und Romane, zum Teil verbunden mit einem Aufpreis, etablierten sich 2004 auch im Zeitungsmarkt. Das Brutto-Anzeigenvolumen der Zeitungen (ohne Rubriken) verzeichneten einen Anstieg von 10,7 % auf €4,54 Mrd., maßgeblich beeinflusst durch das anhaltend starke Werbeengagement der Discounter. Unter Einbeziehung der Rubrikanzeigen lag das Anzeigenvolumen der Regionalzeitungen allerdings auf dem Niveau des Vorjahres.

Umsatz 2004: € 2.402,0 Mio.
in %



Axel Springer: Vertriebs- und Anzeigenerlöse der Zeitungen erhöht In diesem Umfeld steigerte Axel Springer den Zeitungsumsatz um €44,8 Mio. (+ 3,3 %) auf insgesamt €1.398,4 Mio. im Berichtsjahr. Die Zeitungen waren mit einem Anteil von 58,2 % erneut der größte Umsatzbereich im Konzern. Die Vertriebslöse stiegen um €22,1 Mio. (+ 3,4 %) auf €678,3 Mio. Dies ist insbesondere auf die Verkaufserfolge von FAKT in Polen und auf die Effekte der zur Jahresmitte 2003 durchgesetzten Preiserhöhungen bei BILD und dem HAMBURGER ABENDBLATT zurückzuführen. Die Anzeigenerlöse der Zeitungen wuchsen um €34,7 Mio. (+ 5,3 %) und betrugen €684,7 Mio. Hierzu trugen vor allem BILD und BILD am SONNTAG bei.

Kennzahlen Zeitungen

in Mio. €

	2004	2003	Veränderung
Außenumsatz	1.398,4	1.353,6	3,3 %
Anteil am Konzernumsatz	58,2 %	58,3 %	
Vertriebslöse	678,3	656,2	3,4 %
Anteil am Umsatz	48,5 %	48,5 %	
Anzeigenerlöse	684,7	650,0	5,3 %
Anteil am Umsatz	49,0 %	48,0 %	
Übrige Erlöse	35,4	47,4	
Anteil am Umsatz	2,5 %	3,5 %	
EBITA	250,7	182,1	37,7 %
Umsatzrendite (EBITA)	17,9 %	13,5 %	

Das EBITA stieg mit 37,7 % überproportional zum Umsatz von €182,1 Mio. auf €250,7 Mio. Diese Steigerung resultiert neben dem Umsatzanstieg aus der fortgesetzten Kostendisziplin in allen Geschäftsbereichen des Zeitungssegments. Das Beteiligungsergebnis sank um €3,7 Mio. (- 34,3 %) auf €7,1 Mio. Dabei stand dem stärkeren operativen Ergebnis ein Sonderaufwand aus vorzeitigem Austausch von Druckmaschinen gegenüber.

Die BILD-Gruppe mit BILD, BILD am SONNTAG und den BILD Spezialtiteln setzte die positive Geschäftsentwicklung fort und verzeichnete ein deutliches Plus im Anzeigengeschäft. Die WELT-Gruppe stärkte ihre Präsenz im Markt durch den Start von WELT KOMPAKT. Als erste Qualitätszeitung Deutschlands im kompakten Tabloid-Format gewann WELT KOMPAKT insbesondere junge, kaufkräftige Leser. Nach erfolgreichen Tests in Berlin und Frankfurt wurde der Vertrieb auf Metropolregionen in Nordrhein-Westfalen und auf München ausgeweitet. Die WELT am SONNTAG wurde optisch und inhaltlich neu gestaltet. Das Joint Venture BILD.T-ONLINE.DE erreichte 2004 die Gewinnzone. Das Immobilienportal IMMONET.DE baute seine Marktposition als eines der führenden Immobilienportale Deutschlands im Geschäftsjahr weiter aus. Im Ausland wurde FAKT als größte Tageszeitung Polens erfolgreich weiterentwickelt. In Ungarn wurde im Oktober 2004 REGGEL, die erste moderne Qualitätszeitung für den Großraum Budapest, eingeführt.

Zeitschriften

Marktumfeld: Verkaufte Auflage unter Vorjahr, Anzeigenerlöse leicht verbessert In Deutschland nahm die Zahl der IVW-gemeldeten Publikumszeitschriften von 809 auf 823 zu. Der durchschnittliche Gesamtverkauf von 124,5 Millionen Exemplaren je Ausgabe blieb dennoch um 0,6 % unter dem Vorjahresniveau. Bei den Publikumszeitschriften setzte sich der Verdrängungswettbewerb fort. Produktbezogene Beilagen wie CD-ROMs oder DVDs setzten sich vor allem bei Computer-Magazinen immer mehr durch. Das Brutto-Anzeigengeschäft der Publikumszeitschriften stieg um 3,8 % auf €3,90 Mrd. Davon profitierten neben der Programmpresse (+ 7,5 %) und der Autopresse (+ 8,6 %) am stärksten die Sportzeitschriften mit + 16,0 %, zum Teil bedingt durch die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft. Bei den Jugendzeitschriften und den Programm-Supplements ging das Brutto-Anzeigengeschäft um 13,3 % bzw. 8,8 % zurück. Aufgrund des anhaltenden Drucks auf die Konditionen stellte sich die Netto-Entwicklung wesentlich ungünstiger dar.

Kennzahlen Zeitschriften

in Mio. €

	2004	2003	Veränderung
Außenumsatz	771,4	750,0	2,9 %
Anteil am Konzernumsatz	32,1 %	32,3 %	
Vertriebs Erlöse	491,3	469,3	4,7 %
Anteil am Umsatz	63,7 %	62,6 %	
Anzeigenerlöse	260,3	262,7	- 0,9 %
Anteil am Umsatz	33,7 %	35,0 %	
Übrige Erlöse	19,8	18,0	10,0 %
Anteil am Umsatz	2,6 %	2,4 %	
EBITA	9,8	70,9	- 86,2 %
Umsatzrendite (EBITA)	1,3 %	9,5 %	

Axel Springer: Vertriebs Erlöse deutlich gesteigert, Anzeigengeschäft leicht rückläufig In diesem Marktumfeld hat Axel Springer den Umsatz der Zeitschriften um €21,4 Mio (+ 2,9%) auf €771,4 Mio. gesteigert. Damit erwirtschaftete das Zeitschriftensegment 32,1 % des Gesamtumsatzes. Die Vertriebs Erlöse verzeichneten einen deutlichen Anstieg um €22,0 Mio.

(+ 4,7 %) auf €491,3 Mio. Ursächlich für diese Steigerung waren im wesentlichen die neu eingeführten Titel AUDIO VIDEO FOTO BILD, TV DIGITAL und FRAU von HEUTE. Die Anzeigenumsätze lagen mit €260,3 Mio. leicht unter Vorjahr (- 0,9 %). Die positive Entwicklung der Anzeigenerlöse im Bereich der Auto- und Computerzeitschriften konnte den Rückgang des Anzeigengeschäfts bei den Frauentiteln und den wöchentlichen Programmzeitschriften nur teilweise kompensieren.

Das EBITA lag mit € 9,8 Mio. deutlich unter dem Vorjahreswert von €70,9 Mio. Diese Entwicklung ist im wesentlichen auf die Anlaufverluste der neu gegründeten Objekte, Sonderabschreibungen auf Titelrechte sowie die Umsatzeinbußen bei den bestehenden Programm-, Frauen- und Jugendzeitschriften in Deutschland und der Programmzeitschrift in Frankreich zurückzuführen.

Mit TV DIGITAL gelang im März der erfolgreiche Eintritt in den Markt der 14-täglichen Programmzeitschriften, während die von Axel Springer herausgegebenen wöchentlichen Programmzeitschriften ihre Marktposition halten und in Teilen ausbauen konnten. Insgesamt wurden mit TV DIGITAL, FONDS&CO, AUTOBILD.DE-AUTOMARKT drei neue Titel auf den Markt gebracht. Im schwierigen, durch Neueinführungen gekennzeichneten Markt der Frauenzeitschriften verteidigte BILD der FRAU ihre Marktführerschaft. Die junge monatliche Frauenzeitschrift JOLIE war bereits ein Jahr nach dem Start der zweitgrößte Titel in ihrem Segment. Im Rahmen der konsequenten Ausrichtung des Portfolios auf marktführende Titel wurde ALLEGRA mit der Juli-Ausgabe eingestellt und JOURNAL für die FRAU im Dezember an Hubert Burda Media verkauft. Die Auto- und Computerzeitschriften entwickelten sich weiterhin positiv, wobei sich AUDIO VIDEO FOTO BILD seit dem Start im Dezember 2003 als klarer Marktführer im Segment der Computer- und Unterhaltungselektronik-Zeitschriften etabliert hat. Der Titel FAMILIE&CO wurde zum 1. März 2004 in die Family Media GmbH & Co. KG, ein Joint Venture mit der OZ Verlag GmbH, eingebracht. Der Münchener Finanzen Verlag GmbH, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Axel Springer AG, bereitete die Übernahme des Wirtschaftsmagazins Euro von der Verlagsgruppe Handelsblatt zum 1. Januar 2005 vor, um es mit dem Titel FINANZEN zur neuen Zeitschrift EURO zusammenzuführen.

Die ausländischen Zeitschriften standen unter hohem Wettbewerbsdruck. Insbesondere in Frankreich hat sich der Wettbewerb im Markt der Fernsehzeitschriften durch den Markteintritt 14-täglicher Programmzeitschriften zu Lasten des von Axel Springer herausgegebenen Wochentitels TÉLÉ MAGAZINE verschärft. In Polen erscheint der 2001 gegründete Titel PROFIT seit Dezember unter dem Titel FORBES als Lizenzausgabe. Insgesamt wurden vier neue Zeitschriften gegründet. Im dritten Quartal startete Axel Springer Budapest mit AUTO BILD und GLAMOUR zwei weitere neue Zeitschriften in Ungarn. In Rußland wurde mit zwei neuen Titeln der Markteintritt realisiert. Die Titel AUTO SUKCES in Polen und TV MÜSOR in Ungarn wurden wegen fehlender Ergebnisprospektiven eingestellt. Axel Springer baute das internationale Lizenzgeschäft mit fünf neuen Ausgaben von AUTO BILD und drei neuen Ausgaben von COMPUTER BILD weiter aus.

Technik

Im Geschäftsjahr 2004 steigerte Axel Springer die Außenumsätze der Druckereien um €11,8 Mio. (+ 8,9 %) auf €144,1 Mio. Dies ist hauptsächlich auf die erfolgreiche Akquisition von Fremddruckaufträgen zurückzuführen.

Das EBITA entspricht dem Beteiligungsergebnis. Die eigenen Druckereien werden als Cost Center geführt. Daher ist das EBITA der Druckereien in den Segmenten Zeitungen und Zeitschriften verteilt.

Kennzahlen Technik

in Mio. €

	2004	2003	Veränderung
Außenumsatz	144,1	132,3	8,9 %
Anteil am Konzernumsatz	6,0 %	5,7 %	
Innenumsatz	460,5	447,5	2,9 %
Bereichsumsatz	604,6	579,8	4,3 %
EBITA	2,6	1,6	62,5 %
Umsatzrendite (EBITA)	1,8 %	1,2 %	

Services/Holding

Unter Services/Holding werden erfaßt: Dienstleistungen wie Kundenservice, Telefonmehrwertdienste, TV-Produktionen, Logistik, Vertrieb, Direktmarketing, Versicherungsvertrieb und Büroimmobilien sowie ausschließlich interne Bereiche wie IT, Rechnungswesen, Personal und Konzernstäbe. Die Außenumsätze kommen aus den Bereichen Telefonmehrwertdienste, TV-Produktionen, Vertrieb, Direktmarketing und Versicherungsvertrieb. Sie stiegen um €3,3 Mio. (+ 3,9 %) auf €88,1 Mio.

Das EBITA ist geprägt durch den Ausweis des Kirch-Vergleichs mit €92,6 Mio. Ohne Berücksichtigung des Kirch-Vergleichs verbesserte sich das EBITA von €- 39,3 Mio. auf €- 19,9 Mio. Wesentliche Ursache hierfür waren weitere Kostensenkungen.

Kennzahlen Services/Holding

in Mio. €

	2004	2003	Veränderung
Außenumsatz	88,1	84,8	3,9 %
Anteil am Konzernumsatz	3,7 %	3,7 %	
Innenumsatz	151,7	151,1	0,4 %
Bereichsumsatz	239,8	235,9	1,7 %
EBITA	72,7	- 39,3	
Umsatzrendite (EBITA)	82,5 %	- 46,3 %	

Finanzlage

Finanzmanagement

Axel Springer schloß das Berichtsjahr mit einer Nettoliquidität von €172,9 Mio. (Vorjahr: € 0,8 Mio.) ab. Der Finanzmittelfonds stieg um €159,1 Mio. (+ 53,9 %) auf €454,5 Mio., während die Finanzverbindlichkeiten um € 13,0 Mio. (- 4,4 %) auf €281,6 Mio. sanken. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betragen €270,1 Mio. (Vorjahr: €278,6 Mio.). Darüber hinaus bestanden zum Ende 2004 kurz- sowie langfristige Kreditlinien in Höhe von €285,0 Mio. (Vorjahr: €135,0 Mio.), die nicht in Anspruch genommen waren.

Nettoliquidität

in Mio. €

	2004	2003
Finanzmittelfonds	454,5	295,4
Finanzverbindlichkeiten	281,6	294,6
Netto-Liquidität	172,9	0,8

Cashflow-Entwicklung und Investitionen

Konzern-Kapitalflußrechnung (Kurzfassung)

in Mio. €

	2004	2003
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	305,0	317,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 95,3	11,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 51,1	- 111,5
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	158,6	217,6
Finanzmittelfonds zum 31. Dezember	454,5	295,4

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit war mit €305,0 Mio. (Vorjahr: €317,4 Mio.) weiterhin auf hohem Niveau. Wie im Vorjahr war der Cashflow als laufender Geschäftstätigkeit durch eine deutliche Verringerung des Working Capitals von €71,7 Mio. (Vorjahr: €106,9 Mio.) geprägt. Ursache hierfür war im wesentlichen der Aufbau von Steuerverbindlichkeiten.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit spiegelte nach dem durch hohe Veräußerungszuflüsse geprägtem Vorjahr mit €- 95,3 Mio. (Vorjahr: €11,7 Mio.) die Investitionstätigkeit des Unternehmens wider. Das Investitionsvolumen belief sich auf €130,9 Mio. (Vorjahr: €158,7 Mio.).

Die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte überstiegen den Vorjahreswert um €14,3 Mio. und betrafen mit €28,3 Mio. im wesentlichen Rechte und Lizenzen. Einen Großteil davon bildete der Abonnentenstamm der im März gestarteten Fernsehzeitschrift TV DIGITAL. In Sachanlagen, einschließlich der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien, investierte Axel Springer €94,3 Mio. und damit €41,8 Mio. weniger als im Vorjahr. Einer der Investitionsschwerpunkte war die Erweiterung der Offset-Druckerei Ahrensburg, weiterhin wurde die Investition in das Berliner Büro- und Geschäftshaus abgeschlossen. Die Investitionen in Finanzanlagen lagen mit €20,2 Mio. um €11,6 Mio. über dem Vorjahreswert und betrafen im wesentlichen die Anteilserwerbe an der Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH und der Stepstone Deutschland AG. Zum 31. Dezember 2004 waren Investitionen in Höhe von rund €11,9 Mio., im wesentlichen Belieferungsrechte, noch nicht zahlungswirksam.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit belief sich auf €- 51,1 Mio. Damit verringerte sich der Mittelabfluß um €60,4 Mio. gegenüber dem Vorjahreswert, der durch den nur teilweise kreditfinanzierten Erwerb eigener Anteile in 2003 geprägt war.

Der Saldo des Cashflows aus laufender Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit erhöhte den Finanzmittelfonds um €158,6 Mio. Der Finanzmittelfonds (flüssige Mittel und sonstige Wertpapiere des Umlaufvermögens) betrug zum 31. Dezember 2004 €454,5 Mio.

Vermögenslage

Die Konzern-Bilanzsumme betrug € 2.392,4 Mio. und war damit um €277,3 Mio. (+ 13,1 %) höher als im Vorjahr. Zuwächsen beim Anlagevermögen und Finanzmitteln standen Erhöhungen des Eigenkapitals und der Steuerverbindlichkeiten gegenüber.

in Mio. €	31.12.2004	31.12.2003
Langfristige Aktiva	1.562,8	1.470,8
Kurzfristige Aktiva	829,6	644,3
Aktiva	2.392,4	2.115,1
Eigenkapital	873,4	677,8
Langfristiges Fremdkapital	796,1	812,1
Kurzfristiges Fremdkapital	722,9	625,2
Passiva	2.392,4	2.115,1

Das langfristige Vermögen stieg um €92,0 Mio. (+ 6,3 %) auf €1.562,8 Mio. Der Anstieg der Sachanlagen und der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien um €15,7 Mio. (+ 1,5 %) auf €1.028,7 Mio. ist auf umfangreiche Investitionen in Druckereien und den Neubau in Berlin zurückzuführen. Der Rückgang der immateriellen Vermögenswerte um €35,2 Mio. (- 19,7 %) auf €143,6 Mio. resultierte im wesentlichen aus außerplanmäßigen Titelerrechts- und Firmenwertabschreibungen. Die Finanzanlagen erhöhten sich um €127,7 Mio. (+ 56,9 %) auf €352,2 Mio. Ursächlich hierfür waren die Aktivierung der im Rahmen des Kirch-Vergleichs erhaltenen zusätzlichen mittelbaren Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG sowie die Zeitwertbilanzierung sämtlicher Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG.

Das kurzfristige Vermögen stieg um €185,3 Mio. (+ 28,8 %) auf €829,6 Mio., hauptsächlich bedingt durch einen Zuwachs des Finanzmittelfonds um €159,1 Mio. (+ 53,9 %) auf €454,5 Mio. Die Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag wuchsen um €12,7 (+ 96,2 %) auf €25,9 Mio., die Sonstigen Vermögenswerte um €8,3 Mio. (+ 14,6 %) auf €65,0 Mio.

Das Eigenkapital erhöhte sich um €195,6 Mio. (+ 28,9 %) und belief sich auf €873,4 Mio. Die Eigenkapitalquote stieg auf 36,5 % (Vorjahr: 32,0 %).

Die langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten gingen um €16,0 Mio. (- 2,0 %) auf €796,1 Mio. zurück. Die Rückstellungen für Pensionen erhöhten sich um €7,4 Mio. (+ 2,4 %) auf €314,9 Mio. Die Abnahme der Sonstigen Rückstellungen um €21,2 Mio. (- 33,1 %) auf €42,9 Mio. resultiert im wesentlichen aus einem Rückgang der Rückstellungen für Restrukturierung. Durch die planmäßige Tilgung der Kredite lagen die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit €270,1 Mio. um €8,5 Mio. (- 3,1 %) unter dem Vorjahr.

Die kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten stiegen um €97,7 Mio. (+ 15,6 %) auf €722,9 Mio. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Zunahme der Schulden aus laufenden Steuern zurückzuführen.

Gewinnverwendungsvorschlag

Sonderdividende vorgesehen

In der Axel Springer AG, deren Abschluß nach den Grundsätzen des deutschen Handelsrechts und des Aktienrechts erstellt wird, sank der Jahresüberschuß von €161,8 Mio. auf €120,8 Mio. Der Rückgang ist begründet durch den Verbrauch der steuerlichen Verlustvorträge im Vorjahr und erhöhten Aufwand aus der steuerlichen Betriebsprüfung sowie erhöhte Abschreibungen auf Finanzanlagen im Berichtsjahr. Nach Einstellung von €63,8 Mio. in die anderen Gewinnrücklagen und nach Entnahme aus der Rücklage für eigene Aktien in Höhe von €3,4 Mio. ergibt sich ein Bilanzgewinn von €60,4 Mio. Der Vorstand schlägt vor, den Bilanzgewinn in Höhe von €44,5 Mio. zur Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2004 in Höhe von €1,20 sowie einer einmaligen Sonderzahlung von €0,25 je Aktie angesichts des Ergebnisses des Kirch-Vergleichs zu verwenden. Die von der Axel Springer AG gehaltenen eigenen Aktien sind nicht dividendenberechtigt.

Bilanz der Axel Springer AG (Kurzfassung)

in Mio. €	31.12.2004	31.12.2003
Immaterielle Vermögensgegenstände	34,1	15,4
Sachanlagen	487,1	511,3
Finanzanlagen	484,8	444,8
Anlagevermögen	1.006,0	971,5
Vorräte	41,0	39,2
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	293,6	302,1
Eigene Aktien und Wertpapiere	196,2	184,6
Flüssige Mittel	407,9	274,1
Umlaufvermögen	938,7	800,0
Bilanzsumme	1.944,7	1.771,5
Eigenkapital	561,5	477,5
Sonderposten mit Rücklageanteil	0	18,2
Rückstellungen	560,7	495,5
Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	822,5	780,3
Bilanzsumme	1.944,7	1.771,5

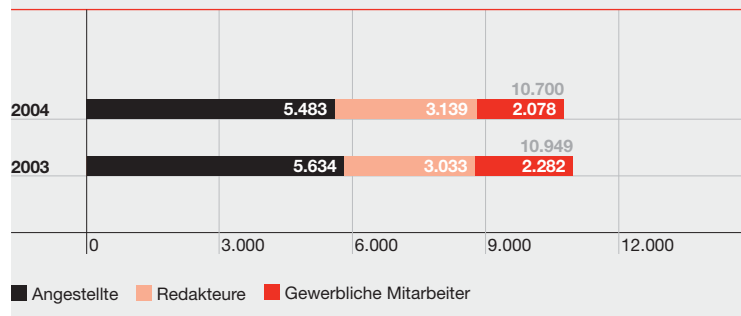
Gewinn- und Verlustrechnung der Axel Springer AG (Kurzfassung)

in Mio. €	2004	2003
Umsatzerlöse	1.804,3	1.739,4
Sonstige betriebliche Erträge	218,2	215,9
Materialaufwand	- 521,4	- 506,8
Rohrertrag	1.501,1	1.448,5
Personalaufwand	- 568,6	- 620,6
Abschreibungen	- 163,8	- 117,2
Zinsergebnis	- 26,2	- 10,1
Beteiligungsergebnis	61,4	18,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 573,3	- 520,2
Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	230,6	198,5
Steuern	- 109,8	- 36,7
Jahresüberschuß	120,8	161,8
Entnahmen aus der Rücklage für eigene Aktien	3,4	0
Einstellung in andere Gewinnrücklagen	- 63,8	- 80,9
Bilanzgewinn	60,4	80,9

Mitarbeiter

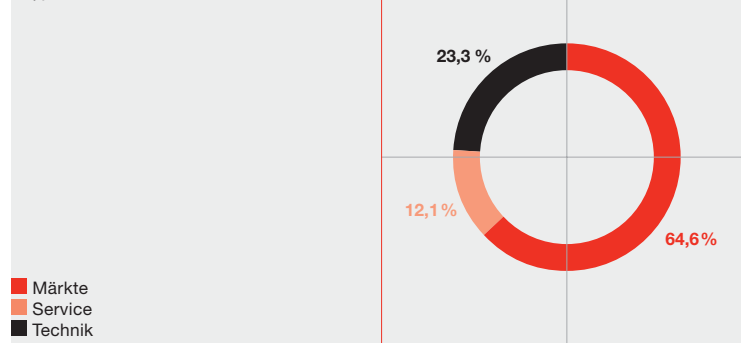
Axel Springer beschäftigte im Berichtsjahr durchschnittlich 10.700 Mitarbeiter (ohne Auszubildende und Journalistenschüler/Volontäre). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen weiteren Rückgang um 249 Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt.

Mitarbeiterstruktur



In den marktorientierten Bereichen (Verlage, Elektronische Medien und Marketing) waren 6.917, in den Servicebereichen 1.292 und in den technischen Bereichen 2.491 Mitarbeiter beschäftigt. Die Zahl der Redakteure stieg im Saldo durch die verlegerischen Aktivitäten in Rußland, Polen und Ungarn um 106 auf 3.139. Mit 7.561 Personen waren 355 Angestellte und gewerbliche Mitarbeiter weniger als im Vorjahr beschäftigt.

Mitarbeiter nach Bereichen 2004 in %



Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit betrug im Berichtsjahr 13,1 Jahre; 52,4 % der Mitarbeiter waren länger als zehn Jahre für Axel Springer tätig. Der Anteil der Schwerbehinderten lag im Jahresdurchschnitt bei 5,2 % (Axel Springer AG: 6,1 %). Damit wurden die Auflagen des Schwerbehindertengesetzes im wesentlichen erfüllt.

Personalaufwand im Konzern weiterhin rückläufig Der Personalaufwand verringerte sich 2004 um €47,3 Mio. (- 6,1 %) auf €722,0 Mio. Neben den Sozialabgaben und den Aufwendungen für Altersversorgung zählen dazu auch die Zahlungen für die Ausfallzeiten (u. a. Urlaubs-, Feier- und Karenztage) sowie Nebenleistungen (Weihnachts-, Urlaubs- und Jubiläumsgeld, Treueprämien und vermögenswirksame Leistungen).

Nachrichtungsbericht

Axel Springer betreibt ein aktives Nachhaltigkeitsmanagement, das internationalen Erfordernissen entspricht. Regelmäßige Öko-Audits und eine durch Transparenz geprägte interne und externe Berichterstattung sind zentrale Bestandteile. Auch im Jahr 2004 hat sich Axel Springer für ein konsequentes Umweltmanagement und die Sicherstellung sozialer Standards engagiert und gleichzeitig die Qualität der Nachhaltigkeits-Berichterstattung gesteigert.

Axel Springer veröffentlichte einen Nachhaltigkeitsbericht, der den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) entspricht. Die „GRI-Guidelines 2002“ sind ein international anerkannter Leitfaden für die freiwillige Berichterstattung von Unternehmen nach wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungskriterien.

Den eingeschlagenen Kurs zur Optimierung der Papierkette hat Axel Springer im Jahr 2004 konsequent fortgesetzt. Rund die Hälfte der Druckpapiere enthält Altpapier. Die Verträge mit den Lieferanten enthalten Klauseln zur ökologischen Waldnutzung. Axel Springer bezieht jährlich rund 470.000 Tonnen Druckpapier von 52 Papierfabriken in 14 Ländern. Die Papierlieferanten werden nach den Kriterien Produktqualität, Zuverlässigkeit der Versorgung, Angemessenheit der Preise sowie nach ökologischen Gesichtspunkten ausgewählt.

Mit Blick auf die wachsende internationale Präsenz wurde ein Katalog sozialer Standards verabschiedet. Darin wird die Haltung des Unternehmens unter anderem zu Fragen der Menschenrechte, des Kinder- und Jugendschutzes, der Mitarbeiter-Qualifizierung sowie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf dargelegt. Die „International Social Policy“ ist eine verbindliche Leitlinie zur sozialen Integrität und gilt weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmens.

Risikomanagement

Nach den risikopolitischen Grundsätzen des Axel Springer Konzerns sind Risiken nur dann einzugehen, wenn dadurch zusätzliche Ertragschancen wahrgenommen werden können und eine Steigerung des Unternehmenswertes zu erreichen ist. Jedes Risiko ist durch geeignete Maßnahmen auf ein akzeptables Maß zu mindern oder, insofern wirtschaftlich sinnvoll, auf Dritte zu übertragen. Die risikopolitischen Grundsätze des Konzerns sind in einer unternehmensweit gültigen Richtlinie niedergelegt.

Die Überwachung und Steuerung der Risiken erfolgt mit Hilfe verschiedener ineinandergreifender Teilsysteme:

Im Rahmen der Unternehmenssteuerung werden allgemeine Markt- und Erlösrisiken im Zuge der Überwachung der Entwicklung von Erlösen, Mengen und Kosten in der Planung, im Forecast und im Berichtswesen erfaßt und gesteuert. Risiken im Zusammenhang mit Investitionen, Projekten und Akquisitionen werden im Vorfeld im Rahmen der Investitionsprüfung identifiziert und bewertet und im Berichtswesen verfolgt. Zusätzlich ist ein Risikomanagement im Sinne des Aktiengesetzes § 91 Abs. 2 implementiert, das alle weiteren Risiken erfaßt.

Die Gesamtverantwortlichkeit für das Risikomanagement obliegt dem Vorstand. Für die operativen Prozesse der Früherkennung, Bewertung, Steuerung und Dokumentation der Risiken, der Festlegung und Durchführung geeigneter Gegenmaßnahmen sowie der Kommunikation darüber sind die jeweiligen Bereiche bzw. Konzerngesellschaften zuständig. Ein zentraler Risikomanager koordiniert sämtliche Risikomanagementaktivitäten, aggregiert die Risiken auf Konzernebene, prüft die Plausibilität und Vollständigkeit der gemeldeten Risiken und verantwortet die ständige Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Darüber hinaus fungieren die interne Revision und der Abschlußprüfer bei der Jahresabschlußprüfung als unabhängige Kontrollinstanzen, welche die Vollständigkeit und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems sicherstellen.

Einmal im Jahr finden eine Vollerhebung sämtlicher Risiken und eine Aktualisierung des Risikoinventars statt. Bestandsgefährdende, wesentliche und zu überwachende Risiken und die entsprechenden Gegenmaßnahmen werden zudem im Rahmen der Ad-hoc-Risikoerhebung unterjährig überprüft sowie deren Bewertung an die aktuelle Risikosituation angepaßt. Eine mögliche Bestandsgefährdung wird bei der Axel Springer AG und den einzelnen Tochtergesellschaften anhand des Kriteriums „Netto-Schadenshöhe“ und dessen Auswirkung auf die Vermögens- und Liquiditätslage des Konzerns überprüft. Die Klassifizierung der Risiken in wesentliche, zu überwachende und übrige Risiken erfolgt anhand des Kriteriums „Netto-Schadensbewertungswert“, bei dessen Ermittlung die Auswirkung risikobegrenzender Gegenmaßnahmen auf die Schadenshöhe und den risikobezogenen Erwartungswert mitberücksichtigt wird. Zu einer Bestandsgefährdung oder maßgeblichen Beeinflussung der Vermögens-, Ertrags- und Liquiditätslage können folgende Risiken führen:

Terrorrisiken Die einzigen bestandsgefährdenden Risiken für Axel Springer liegen in der Gefahr der Zerstörung der Verlagszentralen und der Druckereien durch Terroranschläge. Aus diesem Grund wurde im Geschäftsjahr 2004 eine Versicherung gegen die Zerstörung bestimmter Immobilien durch Terroranschläge abgeschlossen. Dennoch bleibt ein Restrisiko bestehen, das allein zu einer Bestandsgefährdung des Konzerns führen könnte. Zur Verbesserung der Sicherheitslage in Bezug auf die Verlagszentralen und die Druckereien wurden insbesondere die Zugangskontrollen und die Videoüberwachung optimiert sowie der Objektschutz verstärkt.

Marktrisiken und Wettbewerbsrisiken Die allgemeine Marktlage für den Axel Springer Konzern wird durch die weiterhin schwache Binnenkonjunktur geprägt, die sich negativ auf die Pressevertriebsmärkte, den Werbemarkt und den Markt für Rubrikanzeigen – insbesondere den Stellenmarkt – auswirkt. Darüber hinaus zeichnen sich die Märkte durch einen starken Wettbewerbsdruck aus. Infolge des Markteintritts neuer Konkurrenten und -objekte – potentiell insbesondere auch in Form von Gratis-Zeitungen – besteht die Gefahr von Umsatz- und Marktanteilsverlusten im Vertriebs- und Anzeigengeschäft. Veränderte Konsum- und Lesegewohnheiten, die vor allem durch den demographischen Wandel bedingt sind, verschärfen dieses Risiko noch weiter.

Als allgemeine Marktrisiken werden diese Risiken vor allem im Rahmen der operativen Unternehmenssteuerung überwacht und gesteuert. Um diesen Marktrisiken zu begegnen, werden ständig innovative und zukunftssträchtige Titel entwickelt, vor deren Einführung umfassende Markttests durchgeführt werden. Darüber hinaus werden bestehende Titel und Objekte ständig weiter verbessert und an die sich ändernden Kundenanforderungen angepaßt sowie die Erschließung neuer Märkte im Ausland vorangebracht. Zusätzlich werden – um für bestehende und potentielle Kunden attraktiv zu bleiben – verschiedene preispolitische Maßnahmen durchgeführt.

Durch ein verstärktes Engagement im Online-Geschäft sollen überdies neue Kundengruppen gewonnen werden. Hierzu werden u.a. der stetige Ausbau von Internetportalen bzw. der Erwerb von lukrativen Beteiligungen an namhaften Internetportalen angestrebt. Die Beteiligung an der Online-Stellenbörse StepStone Deutschland AG bringt so z.B. eine entscheidende strategische Ergänzung des Online-Rubrikengeschäftes mit sich, verbunden mit zahlreichen Vorteilen: größere Reichweiten, wachsendes Leistungsspektrum und neue crossmediale Angebote für existierende und neue Kunden.

Politische und rechtliche Risiken Zu den politischen und rechtlichen Risiken sind z.B. von der EU verabschiedete Werbebeschränkungen und Werbeverbote zu zählen. Dazu gehört vor allem die Tabakwerberichtlinie, die ein Tabak-Werbeverbot in den Printmedien und somit sinkende Anzeigenerlöse zur Folge haben würde.

Presserechtliche Gesetzesentscheidungen und Urteile (z.B. das „Caroline“-Urteil) mit der Folge der erheblichen Einschränkung der Berichterstattung erhöhen zudem das Risiko möglicher Schadensersatzforderungen, die zu einer finanziellen Belastung des Unternehmens führen würden.

In arbeitsrechtlicher Hinsicht besteht aufgrund der Kündigung des Manteltarifvertrages im Druckereibereich für das Jahr 2005 das Risiko möglicher Streiks. Dies hätte eine erhebliche Beeinträchtigung des gesamten Wertschöpfungsprozesses zur Folge. Als Gegenmaßnahmen wurden insbesondere Sozialfonds zur Reduzierung der mit einem möglichen Arbeitskampf verbundenen finanziellen Risiken eingerichtet.

Risiken in Bezug auf das Nachhaltigkeitsmanagement Der Axel Springer Konzern betreibt ein aktives Nachhaltigkeitsmanagement, das den internationalen Erfordernissen entspricht. Eine verspätete Identifikation kritischer Entwicklungen hinsichtlich möglicher ökologischer und sozialer Konflikte bei der Beschaffung von Ressourcen (Holz, Papier) und deren Recycling können einen maßgeblichen Imageverlust zur Konsequenz haben. Zur Reduzierung dieses Risikos wurden vor allem die Zusammenarbeit mit Experten der Holz-, Zellstoff- und Papierwirtschaft und zahlreichen Umweltorganisationen weiter vertieft sowie ein laufendes Monitoring der ökologischen und sozialen Konfliktpotentiale entlang der gesamten Wertschöpfungskette sichergestellt. Regelmäßige Öko-Audits und eine durch Transparenz geprägte interne und externe Berichterstattung runden diese Maßnahmen ab.

Finanzwirtschaftliche Risiken Im Hinblick auf finanzwirtschaftliche Risiken sind insbesondere Zinsänderungsrisiken, die aus finanziellen Verbindlichkeiten mit variabler Verzinsung und Kapitalanlagen in Rentenpapieren resultieren, sowie Währungsrisiken, die in Verbindung mit Akzidenzaufträ-

gen und Vertriebslösen in Fremdwährungen stehen, von Bedeutung. Zur Begrenzung der Zinsänderungsrisiken bestehen festgelegte Grundsätze, welche die Einhaltung von Verlustlimiten bei Kapitalanlagen regeln und sicherstellen. Darüber hinaus werden diese Risiken durch den Einsatz verschiedener Zinsderivate abgesichert. Zur Reduzierung der Währungsrisiken werden Sicherungsgeschäfte mit Hilfe von Devisentermingeschäften durchgeführt. Derivative Finanzinstrumente werden nur eingesetzt, sofern ein entsprechendes Grundgeschäft besteht.

Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken sowie Risiken aus Zahlungstromschwankungen sind derzeit für den Axel Springer Konzern nicht von Relevanz.

Gesamtrisikoeinschätzung Mit Ausnahme der Terrorrisiken, deren Eintrittswahrscheinlichkeit sehr gering ist, sind keine weiteren Risiken erkennbar, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten. Risikokonzentrationen oder Interdependenzen von Risiken, die einen wesentlichen Einfluß auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens haben, sind derzeit ebenfalls nicht ersichtlich.

Nachtragsbericht

Nach Ende des Geschäftsjahres sind keine Vorgänge oder Ereignisse eingetreten, die das im vorliegenden Abschluß vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft beeinflussen.

Ausblick

Die am Gemeinschaftsgutachten beteiligten Wirtschaftsforschungsinstitute erwarten, daß außenwirtschaftliche Impulse voraussichtlich auch 2005 die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland stützen werden. Das Tempo der Weltkonjunktur wird sich geringfügig abschwächen, so daß die Binnenkonjunktur größere Bedeutung für das Wirtschaftswachstum erhält. Das Wachstum des Bruttoinlandsproduktes soll mit 1,5 % voraussichtlich niedriger ausfallen als in 2004. Für die verfügbaren Einkommen wird ein Anstieg von 2,3 % prognostiziert. Der für den Erfolg des Geschäfts von Axel Springer maßgebliche private Konsum wird hinter dieser Entwicklung mit einem Anstieg von real 0,8% jedoch weiterhin zurück bleiben. Die Sparquote dürfte bei 10,8 % liegen. Die Inflationsrate wird mit 1,5 % etwas geringer ausfallen als 2004. Vor diesem Hintergrund bleiben die Rahmenbedingungen für den deutschen Pressevertriebsmarkt vorerst schwierig.

Bei den Ländern des Euroraums ist 2005 nicht mit einer Beschleunigung der wirtschaftlichen Entwicklung zu rechnen (+ 2,0 %). Das kräftige Wirtschaftswachstum der neuen EU-Mitgliedsländer dürfte 2005 mit 4,3 % etwas abflachen. Hierzu trägt vor allem das geringer ausfallende Wachstum in Polen bei.

Auch vor dem Hintergrund einer sich leicht stabilisierenden Gesamtwirtschaft wird auf dem deutschen Anzeigenmarkt in 2005 mit keinem wesentlichen Wachstumsschub gerechnet. Nach Brancheneinschätzungen stehen 2005 weiterhin konsolidierende Maßnahmen im Fokus. Die Netto-Werbeausgaben in den klassischen Medien in Deutschland werden nach Schätzungen in der Größenordnung von 1,5 % ansteigen. Impulse für die Werbewirtschaft werden 2005 insbesondere im Bereich EDV/Kommunikation gesehen. Ein Anstieg des Stellenanzeigengeschäfts in Zeitungen wird frühestens im zweiten Halbjahr 2005 erwartet.

Axel Springer wird im Geschäftsjahr 2005 die strategischen Ziele Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung konsequent weiter umsetzen. Für 2005 rechnet der Vorstand mit einer leichten Umsatzsteigerung, sofern sich die neu gestarteten Titel weiterhin erfolgreich entwickeln und die Anzeigenmärkte wachsen. Durch weiterhin striktes Kostenmanagement und die schrittweise Profitabilisierung neuer Zeitungen und Zeitschriften soll erreicht werden, daß das EBITA 2005 leicht über dem um die Effekte aus dem Kirch-Vergleich bereinigten EBITA 2004 liegt.

Schlußklärung gem. § 312 Abs. 3 AktG

„Die Axel Springer AG hat nach den Umständen, die ihr in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte mit einem verbundenen Unternehmen vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten und hat im Berichtszeitraum weder auf Veranlassung noch im Interesse des herrschenden oder eines mit ihm verbundenen Unternehmens Maßnahmen getroffen oder unterlassen.“