



Geschäftsbericht

Inhalt

Vorwort	2	Bericht des Aufsichtsrats	106
Vorstand	6	▶ ullstein bild: Freiheit	110
▶ Axel Springer: Multimedial integriert	8	Konzernabschluss	130
Die Axel-Springer-Aktie	30	Bestätigungsvermerk	131
Konzernlagebericht und Lagebericht der Axel Springer AG	32	Konzern-Bilanz	132
Geschäftsmodell, Struktur und Marktposition	33	Konzern-Gesamtergebnisrechnung	134
Strategie und Steuerung	39	Konzern-Kapitalflussrechnung	135
Mitarbeiter	43	Eigenkapitalveränderungsrechnung	136
Gesellschaftliche Verantwortung	47	Anhang	138
Geschäfts- und Ertragsentwicklung	51	Organe	180
Finanz- und Vermögenslage	76	Glossar	182
Wirtschaftliche Lage der Axel Springer AG	78		
Gewinnverwendungsvorschlag	80		
Risiko- und Chancenbericht	80		
Nachtragsbericht	85		
Prognosebericht	86		
Angaben nach §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB und erläuternder Bericht nach § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG	90		
Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB und Corporate- Governance-Bericht	93		

Konzern-Kennzahlen

Konzern-Kennzahlen						
in Mio. €	2005	2006	2007	2008	2009	Veränderung ggb. Vj.
Gesamterlöse	2.391,5	2.375,9	2.577,9	2.728,5	2.611,6	-4,3 %
Auslandserlöse	383,7	383,2	537,2	596,8	547,6	-8,2 %
<i>Anteil Auslandserlöse an Gesamterlösen</i>	<i>16,0 %</i>	<i>16,1 %</i>	<i>20,8 %</i>	<i>21,9 %</i>	<i>21,0 %</i>	
Pro-forma Erlöse Digitale Medien				543,5	569,0	4,7 %
<i>Anteil Erlöse Digitale Medien an Gesamterlösen (Pro-forma)</i>				<i>18,8 %</i>	<i>21,0 %</i>	
EBITDA¹⁾	413,6	433,9	470,0	486,2	333,7	-31,4 %
<i>EBITDA-Rendite¹⁾</i>	<i>17,3 %</i>	<i>18,3 %</i>	<i>18,2 %</i>	<i>17,8 %</i>	<i>12,8 %</i>	
Konzernüberschuss/-fehlbetrag	231,4	290,8	-288,4	571,1	313,8	-45,0 %
Konzernüberschuss/-fehlbetrag, bereinigt ²⁾	202,1	205,0	234,6	254,6	152,6	-40,0 %
Bilanzsumme ³⁾	2.612,0	3.124,0	3.826,9	2.809,1	2.934,3	4,5 %
Eigenkapital ³⁾	1.185,0	1.795,1	1.211,8	1.067,7	1.196,8	12,1 %
<i>Eigenkapitalquote³⁾</i>	<i>45,4 %</i>	<i>57,5 %</i>	<i>31,7 %</i>	<i>38,0 %</i>	<i>40,8 %</i>	
Frei verfügbarer Cashflow	220,2	233,9	238,7	219,7	231,3	5,3 %
Nettoverschuldung/-liquidität	327,2	477,4	-743,1	-369,5	-193,0	-
Ergebnis je Aktie (in €) ⁴⁾	7,33	9,13	-9,70	18,54	10,19	-45,0 %
Ergebnis je Aktie, bereinigt (in €) ²⁾⁴⁾⁵⁾	6,79	6,88	7,88	8,55	5,13	-40,0 %
Dividende (in €) ⁶⁾	1,70	3,50	4,00	4,40	4,40	0,0 %
Jahresschlusskurs (in €)	108,00	136,45	98,00	51,39	75,05	46,0 %
Mitarbeiterzahl (Durchschnitt)	10.166	9.733	10.348	10.666	10.740	0,7 %

¹⁾ Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen.

²⁾ Bereinigt um wesentliche, nicht operative Sondereffekte.

³⁾ Werte zum 31. Dezember 2008 wurden angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

⁴⁾ Verwässert.

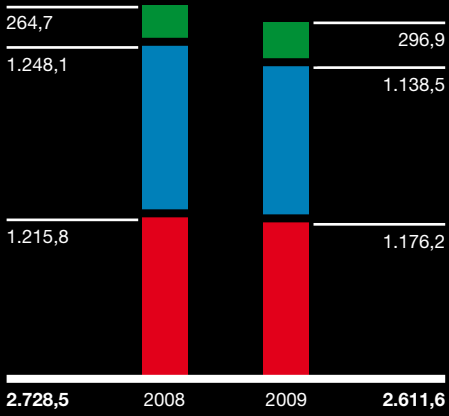
⁵⁾ Die bereinigten verwässerten Ergebnisse je Aktie wurden für alle angegebenen Jahre auf Basis des gewichteten Durchschnitts der ausgegebenen Aktien (verwässert) im Berichtsjahr ermittelt.

⁶⁾ Dividendenvorschlag für das Geschäftsjahr 2009.

Umsatz 4,3 % unter Vorjahr

in Mio. €

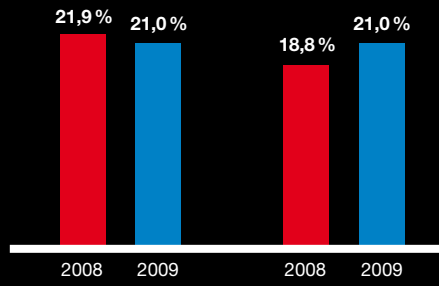
Vertrieb Werbung Übrige



Anteil Digital und International über 20 %

Anteil Auslandserlöse an Gesamterlösen

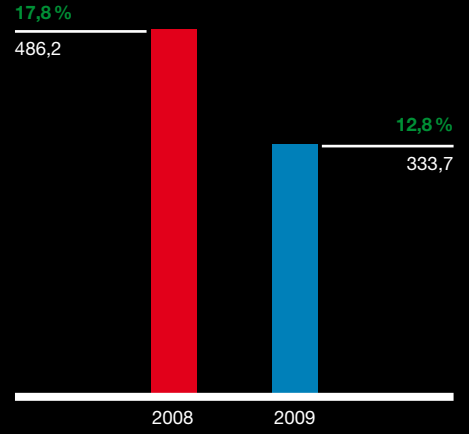
Anteil Erlöse Digitale Medien an Gesamterlösen (Pro-forma)



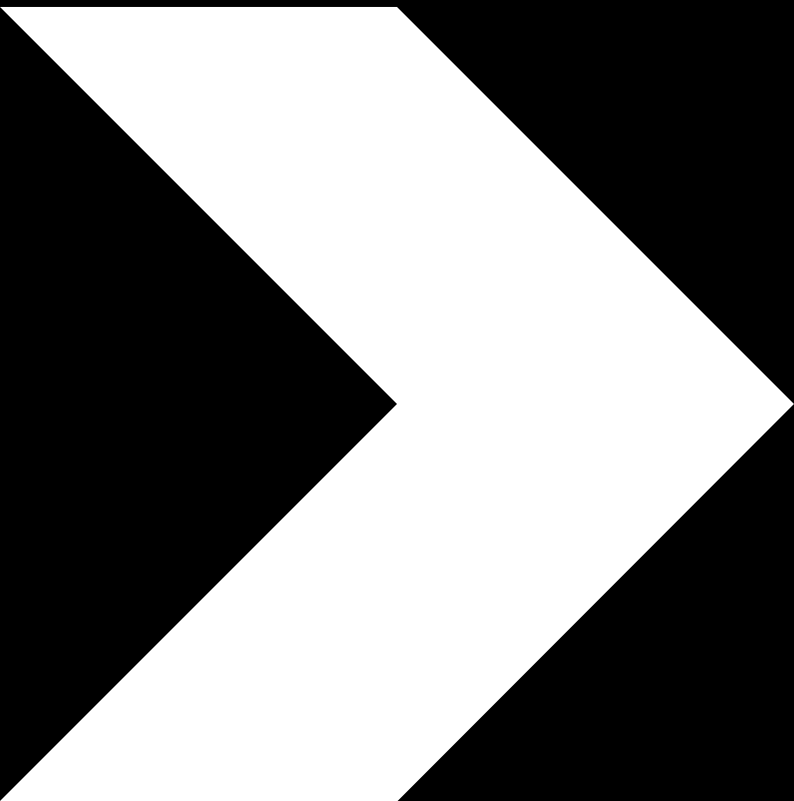
Zweistellige EBITDA-Rendite trotz Rezession

in Mio. €

EBITDA-Rendite in %



*Axel Springer ist ein in Europa führendes, multi-medial integriertes Print-, Online- und Web-TV-Unternehmen. Der Kern unseres **Geschäfts ist nicht das Bedrucken von Papier, sondern exzellenter Journalismus. Ob gedruckt oder digital: jedes Medium gehorcht unterschiedlichen Gesetzen, doch überall kommt es auf die Qualität der Inhalte an. Neuigkeiten, Meinungen, gut erzählte Geschichten – darum geht es in Zukunft, und darum ging es immer. Wir arbeiten vernetzt und medienübergreifend und verzahnen so die verschiedenen Welten.***



2 Vorwort



Dr. Mathias Döpfner
Vorsitzender des Vorstands

„Wir haben den Vorsprung gegenüber unseren Wettbewerbern weiter ausgebaut und in die Kraft unserer Marken und die Digitalisierung investiert.“

Liebe Aktionäre!

Sein Haus soll man wetterfest machen, bevor der Sturm heraufzieht. Darum haben wir uns in den letzten sieben Jahren intensiv bemüht, haben in das digitale Zukunftsgeschäft investiert und unsere bestehenden Aktivitäten neu geordnet. Das Jahr 2009 war ein echter Härtestest, wie solide die Axel Springer AG dasteht. Wie wir ihn bestanden haben, mögen Sie, unsere Aktionäre, beurteilen.

2009 herrschte Gegenwind. Vor allem im Werbemarkt. Die Nettowerbeerlöse brachen – je nach Erhebung – weltweit um 10 bis 12% und in Deutschland um 7 bis 13% ein. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft sieht darin den „heftigsten Einbruch in der bundesdeutschen Werbegeschichte“. Und auch der Vertriebsmarkt stand stark unter Druck.

Man kann sich einfachere Bedingungen vorstellen, um eine zweistellige Rendite zu erwirtschaften – ein Ziel übrigens, das wir vor sieben Jahren für ein konjunkturell erholtes Umfeld prognostiziert hatten. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Axel Springer AG haben dieses Ziel dennoch mitten in der größten Finanz- und Medienkrise erreicht. Wir haben ein operatives Ergebnis (EBITDA) von € 333,7 Mio. erzielt. Bei Erlösen von insgesamt € 2.611,6 Mio. entspricht dies einer EBITDA-Rendite von 12,8%.

Ein seltenes, antizyklisches Signal ist in diesem Umfeld auch die positive Entwicklung unserer Eigenkapitalquote, die von 38,0% im Vorjahr auf nunmehr 40,8% stieg. Die Dividende soll gegenüber dem Vorjahr unverändert bleiben. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung erneut eine Dividende von € 4,40 pro Aktie vor – wie schon 2008 die höchste Dividende, die Axel Springer je gezahlt hat.

Unverändert ist auch unsere Strategie, und zwar schon seit 2001. Wir konnten im vergangenen Jahr unsere

definierten Ziele – Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung, Digitalisierung – weiter konsequent verfolgen. Dass das gerade 2009 keine Selbstverständlichkeit war, zeigt die Fülle der Branchenmeldungen über kurzfristige Feuerwehreinräumungen des Managements und hektische Restrukturierungen. Wir hatten mit unseren Hausaufgaben glücklicherweise schon deutlich früher begonnen. Langjährig geübtes Kostenmanagement hat so auch 2009 zu unserem Ergebnis maßgeblich beigetragen. Aber wir haben eben sehr gezielt gespart und restrukturiert. Die Zahl unserer Mitarbeiter ist im Berichtsjahr gegen den Branchentrend um 0,7% gewachsen, vor allem im Zukunftsfeld der digitalen Medien. Besonders gefreut hat mich, dass durch ein Gratisaktien- sowie ein Beteiligungsprogramm zahlreiche Mitarbeiter zum Kreis unserer Aktionäre hinzugekommen sind. Es ist gut zu wissen, dass unsere Mitarbeiter in Zeiten, in denen es mehr denn je auf Kreativität ankommt, mit Axel Springer unternehmerisch verbunden sind.

Auf der Hauptversammlung im vergangenen Jahr habe ich angekündigt, dass wir – wenn auch ein Rekordergebnis wie im Vorjahr nicht zu erreichen sein wird – den Vorsprung gegenüber unseren Wettbewerbern weiter ausbauen und in die Kraft unserer Marken und in die Digitalisierung investieren wollen. Voraussetzung dafür war eine Konzentration auf die reichweitenstarken, überregionalen Marken. Dazu zählte auch der folgerichtige Schritt, uns von Minderheitsbeteiligungen an Regionalzeitungen zu trennen, die Jugendzeitschriften zu verkaufen und die Musiktitel eng an die WELT-Gruppe in Berlin anzubinden. Zum Jahresende haben wir dann sogar antizyklisch in eine Marketingoffensive von BILD und WELT investiert.

Erste Erfolge unserer auf Reichweite zielenden Strategie sind messbar: Betrachtet man die Bruttomarktanteile

le im deutschen Werbemarkt, so sieht man, dass unsere integrierte Vermarktungseinheit Axel Springer Media Impact den Vorsprung vor ihren Wettbewerbern im Printbereich signifikant vergrößern konnte. Hatte im Jahr 2008 der nächstgrößte Top-Printvermarkter 34 % weniger Erlöse als Axel Springer Media Impact, so betrug der Abstand im Jahr 2009 45 %. BILD konnte sich eindrucksvoll vom Trend des Bruttoprintwerbemarkts abkoppeln: Während dieser 2009 um 6,3 % zurückging, legte der Anzeigenumsatz von BILD um 6,5 % zu. Besonders unsere umsatzstarken Titel haben im jeweils relevanten Markt zugelegt, darunter BILD am SONNTAG (+ 4,2 Prozentpunkte), BILD der FRAU, AUTO BILD, SPORT BILD (jeweils 1 bis 2 Prozentpunkte), TV DIGITAL (+ 1,3 Prozentpunkte) sowie DIE WELT (+ 2,6 Prozentpunkte). Crossmedial betrachtet, hat sich die WELT-Gruppe mit DIE WELT, WELT am SONNTAG und WELT ONLINE in der Reichweite deutlich vor den anderen deutschen Qualitätszeitungen und ihren jeweiligen Online-Angeboten positioniert. Und der rasante Zuwachs an Unique Visitors hat Bild.de 2009 erstmals zum klaren Reichweiten-Marktführer unter den printbasierten deutschen News-Portalen gemacht. Auf dem Vertriebsmarkt haben insbesondere die Zeitschriften zugelegt. So haben die Autotitel (+ 3 Prozentpunkte), die Computertitel (+ 2,4 Prozentpunkte) und die Sporttitel (+ 1,2 Prozentpunkte) Umsatzmarktanteile hinzugewonnen. Damit zusammen hängt auch die ungewöhnlich hohe Profitabilität unseres Printgeschäfts: Im Segment Zeitungen National liegt die EBITDA-Rendite bei 20,1 %, bei Zeitschriften National bei 10,6 %.

Auf starke Marken haben wir übrigens auch im internationalen Geschäft gesetzt. In Polen haben wir unseren in der politischen Berichterstattung starken Titel DZIENNIK in einem Joint Venture mit GAZETA PRAWNA zusammengeführt, die bei Wirtschafts- und Rechtsthemen ihre besonderen Kompetenzen hat. Die Strahlkraft der Marke

FORBES Russia haben wir auf das Gebiet der Frauentitel (FORBES WOMAN) sowie ins Internet (FORBES Online) verlängert.

Womit ich schon bei der Digitalisierung bin. Im Geschäftsjahr 2009 war das Segment Digitale Medien mit einem Umsatz von € 470,4 Mio. erstmals das drittgrößte des Konzerns. Auf Pro-forma-Basis – das heißt bei ganzjähriger Einbeziehung unserer Akquisitionen StepStone und Digital Window – lagen die Erlöse bei € 569,0 Mio. Diese Ziffer bedeutet auch: Jeden fünften Euro setzen wir im Online-Geschäft um. Das ist im Wettbewerbsvergleich extrem viel.

Wir tun das auf der Basis einer klaren und einfachen Strategie. Wir konzentrieren uns bei Gründungen oder Akquisitionen in der digitalen Welt auf drei Arten von Geschäften:

- Marktplätze
- Performance-basierte Marketingplattformen
- Marktführende Content-Portale

Vielleicht erinnern Sie sich an meine Ankündigung vor einem Jahr, dass keine transformierenden M&A-Aktivitäten bevorstehen, sondern eine Reihe kleinerer, vernünftiger Schritte, die sich nahtlos in unser Portfolio und unsere Online-Strategie fügen? Genau so haben wir es gemacht.

Unsere mit idealo und immonet ohnehin starke Stellung im Bereich von Marktplätzen haben wir mit Übernahme einer 100 %-Mehrheit an der StepStone ASA, dem führenden europäischen Anbieter von Online-Jobbörsen und Talent-Management-Software weiter ausgebaut. Im Online-Performance-Marketing ist unsere Mehrheitsbeteiligung zanox bereits Marktführer auf dem europäischen Festland. Durch die Akquisition von Digital Window, einem führenden Affiliate-Netzwerk in Großbritannien, gemeinsam mit unserem Partner PubliGroupe, haben wir

nun auch den wichtigen britischen Markt für eine weitere internationale Expansion erschlossen. Schließlich sind wir im letzten Jahr auch bei der Monetarisierung der hohen Reichweite unserer digitalen Content-Angebote – dem dritten Pfeiler unserer Digitalisierungsstrategie – vorangekommen. Angesichts volatiler, auf Dauer unzureichender Werbeerlöse ist uns seit Langem bewusst, dass wir auch in der digitalen Welt einen zusätzlichen Erlösstrom benötigen. Wir sind überzeugt, dass Nutzer für attraktive Inhalte unabhängig vom Vertriebskanal Print, Online oder Mobil zu zahlen bereit sind. 2009 haben wir daher einen Paradigmenwechsel eingeleitet und eine Premium-Initiative mit innovativen, kostenpflichtigen Angeboten gestartet. Wir wollen den Nutzern attraktive Inhalte und eine einfache Handhabung in der Abrechnung bieten. Mich hat begeistert, wie diese Initiative bei allen Mitarbeitern geradezu einen Kreativitätsschub ausgelöst hat. Produkte wie der Bild.de Super-Manager oder die Applikation „Mein Klub“, die Abo-Modelle für regionale Online-Angebote von HAMBURGER ABENDBLATT und BERLINER MORGENPOST – das alles sind innovative Experimente, die unsere These bisher sämtlich bestätigen. Ein sehr ermutigender Jahresausklang war schließlich der Launch der kostenpflichtigen iPhone-Applikationen von BILD, DIE WELT und B.Z., die schon zum Jahreswechsel über 100 Tsd. zahlende Nutzer hatten.

Für 2010 gehen wir von stabilen bis leicht steigenden Konzern-Umsätzen und einem um circa 10% gesteigerten Konzern-EBITDA aus. Dabei ist wichtig zu wissen: Potenzielle Erlöse aus unserer Premium-Offensive sind in unserer Etatplanung 2010 nicht berücksichtigt. Sollte

sich eine nachhaltige Zahlungsbereitschaft für Premium-Inhalte bestätigen, ist das zusätzliches Potenzial. Wir wollen hier aber keine zu hohen Erwartungen wecken, denn wir sehen hier eher langfristige Chancen.

Als ich neulich um einen Rückblick auf 2009 gebeten wurde, habe ich spontan geäußert, dass es das vielleicht schönste Jahr meines Berufslebens war. Warum? Ich fühle, dass die Anstrengungen der letzten Jahre sich gelohnt haben, und spüre eine große Motivation unserer Mitarbeiter, den eingeschlagenen Weg gemeinsam fortzusetzen. So gesehen war 2009 ein durchaus glückliches Jahr. Hinzu kommt das Bewusstsein, dass 2009 auch für uns Deutsche ein besonders wichtiges, freudiges Jahr war. Den 20. Jahrestag des Mauerfalls konnten wir bei Axel Springer in Gegenwart der drei großen Wegbereiter der deutschen Einheit – Helmut Kohl, George H. W. Bush und Michail Gorbatschow – feiern. An jenem 9. November 1989 wurde Wirklichkeit, was Axel Springer 30 Jahre zuvor bei der Grundsteinlegung unseres Berliner Verlagshauses beschworen hatte:

„Ich glaube an ein Deutschland mit der Hauptstadt Berlin. Aber ich glaube nicht nur daran, ich will es auch.“



Ihr Mathias Döpfner

6 Vorstand



Dr. Mathias Döpfner

Vorstandsvorsitzender
Vorstand Abonnementzeitungen
und Internationales

*1963, Journalist. Berufliche Stationen: Frankfurter Allgemeine Zeitung; Gruner+Jahr; Chefredakteur Wochenpost, Hamburger Morgenpost und DIE WELT. Seit 2000 im Vorstand, seit 2002 Vorstandsvorsitzender.



Rudolf Knepper

Stellv. Vorstandsvorsitzender
Vorstand Technik, Logistik und
Personal

*1945, Diplomingenieur und Diplomwirtschaftsingenieur. Berufliche Stationen (seit 1973 bei Axel Springer): Leiter Planungsstab Technik; Direktor der Hamburger Druckerei; Leiter des Produktionsbereichs Zeitungsdruck. Seit 1994 im Vorstand, seit 2002 stellv. Vorstandsvorsitzender.



Lothar Lanz

Vorstand Finanzen
und Dienstleistungen

*1948, Diplom-Kaufmann.
Berufliche Stationen:
Bayerische Hypotheken- und
Wechselbank AG; Vorstands-
mitglied der HSB HYPO
Service-Bank AG; Vorstands-
mitglied der Nassauischen
Sparkasse; Finanzvorstand
ProSiebenSat.1 Media AG.
Seit 2009 im Vorstand.



Dr. Andreas Wiele

Vorstand BILD-Gruppe
und Zeitschriften

*1962, Jurist. Berufliche
Stationen: Redakteur Hambur-
ger Morgenpost; Verlagsleiter
Capital u. Geo, Gruner+Jahr
Paris; Executive Vice President
u. Chief Operating Officer
Gruner+Jahr USA Publishing,
New York. Seit 2000 im
Vorstand.

8 Multimedial integriert

Axel Springer ist ein in Europa führendes, multimedial integriertes Print-, Online- und Web-TV-Unternehmen. Wir übertragen unsere Printmarken und Inhalte auf digitale Vertriebswege und ergänzen unser Portfolio durch Online-Portale. 2009 wurden auch erfolgreich neue Printtitel gestartet, denn Multimedia bei Axel Springer bedeutet, den Lesern, Usern und Werbekunden das jeweils bestmögliche Medium zu bieten. Der integrierte Newsroom und der Vorstoß bei bezahlten Angeboten im mobilen Internet sind nur zwei der folgenden Beispiele, die anschaulich machen, wie wir vernetzt und medienübergreifend arbeiten.

Axel Springer vereint die unterschiedlichsten Medien, Marken und Köpfe. Ob sie schreiben oder vermarkten, ob sie Print, Online oder Web-TV gestalten – die Menschen auf den nächsten Seiten haben eins gemeinsam: Sie alle wollen mit Leidenschaft und Kreativität die Zukunft der Medien aktiv mitgestalten. Zusammen mit 10.730 anderen Kollegen, die wir aus Platzgründen hier nicht abbilden konnten.

„Seit 2009 wird die Diskussion um bezahlte Inhalte und Services im Internet in der gesamten Medienbranche geführt. Axel Springer ist eines der ersten Unternehmen auf der Suche nach einer wirtschaftlich noch erfolgreicherer Perspektive in der digitalen Welt. Wir bieten mit unseren Apps für das iPhone einen einzigartigen Mehrwert. Der Premium-Gedanke ist der entscheidende: Dass den Nutzern exklusive Inhalte, Services und Funktionalitäten eröffnet werden, die sie nirgendwo anders bekommen.“

► Donata Hopfen, Geschäftsführerin BILD digital



Premium-Initiative

Axel Springer setzt auf die Digitalisierung und vermarktet seine Inhalte zunehmend mobil. Die Erstellung neuer Inhalte und Service-Elemente sowie deren attraktive Umsetzung auf dem iPhone mit all seinen technischen Möglichkeiten müssen Nutzern einen echten Anreiz bieten, für den sie bereit sind zu zahlen. Mit den Anwendungen (Apps) von BILD und WELT für das iPhone wurden erstmals zwei mobile Angebote als exklusive Abo-Modelle eingeführt. Zahlreiche kreative und lukrative Ideen für neue innovative iPhone-Apps kommen aus den eigenen Reihen – von den Mitarbeitern der Axel Springer AG.





„Mit dem Kauf von StepStone A.S.A. als international führendem Anbieter von Karriere-Webseiten und Talent-Management-Systemen präsentiert sich die Axel Springer AG seit 2009 noch internationaler und noch digitaler. Nachdem wir in Deutschland seit Jahren erfolgreich zusammenarbeiten, können wir nun in ganz Europa die gemeinsame Kraft auf die Straße bringen.“

► *Ralf Baumann, Vorstandsmitglied StepStone*

StepStone

An der Online-Stellenbörse StepStone Deutschland AG beteiligte sich die Axel Springer AG bereits 2004 und erweiterte durch die Kombination von Print- und Online-Stellenanzeigen ihr strategisches Engagement in einem weiteren wichtigen Rubrikenmarkt. 2009 nutzte Axel Springer den Finanzierungsspielraum für Investitionen und erwarb die internationale Muttergesellschaft StepStone A.S.A., um im europäischen Online-Stellenmarkt die sehr guten Perspektiven für ein dynamisches Wachstum zu nutzen.





„Ursprünglich wollten wir uns ja spätestens im Sommer 2011 an die Spitze setzen, jetzt haben wir es schon im November 2009 geschafft, das führende deutsche Nachrichtenportal zu werden. Dass das Angebot an Online-Videos einen großen Teil zu diesem Erfolg beiträgt, freut mich natürlich besonders: Wir produzieren mit unserem Team monatlich 1.000 Reportagen und Features für Bild.de.“

► *Daniel Durst, Leiter Bild.de Web-TV*

Bild.de

Für die Online- und Mobilportale der BILD-Familie verlief das Jahr 2009 außerordentlich erfolgreich. Mit ihrem maßgeblich ausgebauten und intensiv vernetzten Informations- und Entertainmentangebot erreichten sie wesentlich mehr Online-Nutzer als im Vorjahr. Bild.de steigerte die Zahl der Unique Visitors um 63,2 % auf 5,8 Mio. Damit belegte Bild.de erstmals Platz eins unter allen Online-Portalen deutscher Printmedien und baute zugleich die Position als Deutschlands größtes News- und Entertainmentportal aus.



„2009 haben wir die Werbestrategie für BILD komplett umgestellt – weg von ständig wechselnden abverkaufsorientierten Motiven hin zu einer breit angelegten und langfristigen Imagekampagne. Ziel der Werbeinitiative ist es vor allem, die Glaubwürdigkeit von BILD zu steigern. Und das ist uns in einem sehr kurzen Zeitraum gelungen. Bereits wenige Monate später hatten wir messbare Ergebnisse zur Imagesteigerung von BILD, besonders bei den Nicht-Lesern und Meinungsführern.“

► *Tanja Hackner, Gesamtwerbeleiterin Verlagsgruppe BILD*



BILD

Besonders im vierten Quartal 2009 hat Axel Springer die starke finanzielle Position genutzt und antizyklisch in intensive Marketingprogramme investiert – mit Erfolg: Die neue crossmediale Werbekampagne weist eine enorme Steigerung der Imagewerte von BILD aus. Besonders bei den Meinungsführern sowie Nicht-Lesern sind signifikante Verbesserungen zu verzeichnen. Die Print-Anzeigen sind mit der Website www.bild.de/fakten verzahnt, auf welcher weitere Informationen und natürlich die TV-Spots der Kampagne zu finden sind.





„Das in einem Multimediahaus nach wie vor klassische Printprodukte Erfolge sein können, zeigt die Einführung von HÖRZU WISSEN. Damit hat die Redaktion die Themenvielfalt von HÖRZU höchst ansehnlich und lesenswert weiter entwickelt und schöpft das zuvor ausgemachte große Potenzial für ein solches Wissensmagazin aus. Zahlreiche Festleser konnten mit einer Vermarktungsoffensive sogar vorab gewonnen werden.“

► *Christian Hellmann, Chefredakteur Programmzeitschriften*

HÖRZU WISSEN

HÖRZU, die traditionsreichste Programmzeitschrift Deutschlands, wird im Sinne ihres anspruchsvollen Lesepublikums kontinuierlich modernisiert und unterstrich auch 2009 ihre herausragende Position als Nummer eins unter den wöchentlichen, hochpreisigen deutschen Programmzeitschriften.



„WELT KOMPAKT ist die Zeitung für das Internet-Zeitalter und seit Jahren Innovationsführer bei der erfolgreichen Vernetzung von Print und Online. Ende 2009 haben wir bundesweit mit einer Marketingkampagne bewusst und pointiert einen Diskurs initiiert, was das Internet inzwischen mit uns und aus uns macht. Ausgangspunkt war der konsequent veränderte Fokus: WELT KOMPAKT sieht sich nicht mehr im Verdrängungswettbewerb mit anderen Tageszeitungen, sondern wirbt statt dessen um jüngere Berufstätige, die heute zumeist gar keine Zeitung mehr lesen und vorwiegend Online-Medien nutzen. Mit WELT KOMPAKT können sie jetzt sagen: Ja, wir sind reif für eine neue Zeitung.“

► Johannes Boege, Leiter Marketing WELT-Gruppe



WELT KOMPAKT

WELT KOMPAKT bietet als einzige überregionale Tageszeitung ein tägliches Internet-Ressort und setzt mit allem Nachdruck auf die Vernetzung und Interaktion mit sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook, YouTube und Google Wave. Damit ist das junge Medium für die Integration von Print und Online sowohl Think Tank als auch Labor und Schrittmacher in einem.



„Der klassischen Online-Vermarktung haben wir schon vor neun Jahren ein sogenanntes ‚erfolgsorientiertes Modell‘ zur Seite gestellt: Bei zanox zahlt der Werbekunde nur, wenn er nach dem Klick auf seine Anzeige auch wirklich verkauft und Umsatz macht. Unsere ausgeklügelten Statistikfunktionen helfen ihm dabei, seine Werbebotschaften genau dort zu platzieren, wo sie das meiste bringen. Das hat uns 2009 zum Krisengewinner werden lassen.“

► *Christian Kleinsorge, Vorstandsmitglied zanox*



zanox

Die mehrheitliche Axel-Springer-Beteiligung zanox ist bereits Marktführer im Affiliate-Marketing auf dem europäischen Festland. Mit der Beteiligung an der Digital Window Ltd. hat Axel Springer 2009 auch den wichtigen britischen Markt für eine weitere internationale Expansion zu erschließen begonnen. Axel Springer positionierte sich als erster Großverlag in diesem schnell wachsenden Markt, der langfristig als Ergänzung zu den klassischen Werbeangeboten eine erhebliche strategische Bedeutung hat.





„Wir haben 2009 die Strukturen in unserer Redaktion komplett modernisiert: Die Ressortleiter und Redakteure sind für Print und Online zuständig, es gibt Channel-Manager für die Website und Blattmacher für die Zeitung. Die Channel-Manager aktualisieren im Halb-Stunden-Takt den Inhalt ihres Ressorts auf abendblatt.de. Die Blattmacher bringen parallel sechs Tage die Woche jeden Tag eine Qualitätszeitung auf den Markt. Damit sind wir eine voll integrierte Multimedia-Redaktion, die Online und Zeitung macht.“

► *Anika Riegert, Leiterin „Magazin“ beim HAMBURGER ABENDBLATT*

HAMBURGER ABENDBLATT

Unter der Formel „HAMBURGER ABENDBLATT 3.0“ hat Deutschlands größte Regionalzeitung sich einem konsequenten Modernisierungsprozess unterzogen. Die Strategie lautet: Lokales vertiefen, Regionales ausbauen, bundesweite Bedeutung stärken – und das auf allen Vertriebswegen, also in Print, Online und Mobil. So setzt das HAMBURGER ABENDBLATT seine großen Erfolge fort und verbindet Tradition mit Zukunft.



„2009 war unser erstes komplettes Jahr als mehrheitliche Axel Springer Tochter, und da hat sich einiges getan:

Wir bieten unsere Online-Spiele inzwischen in sieben Sprachen an – hierbei hat uns natürlich geholfen, Teil eines international operierenden Medienhauses zu sein. Unsere Kooperation mit computerbild.de hat ebenfalls ihren Teil dazu beigetragen, dass wir mit mehr als 2,8 Millionen neuen Nutzern innerhalb eines Jahres weiterhin einer der am schnellsten wachsenden Spiele-Publisher Europas sind.“

► *Patrick Streppel, Vorstand Gamigo*



gamigo.de

Seit dem Jahr 2000 ist Axel Springer an der gamigo AG beteiligt, seit Ende 2008 mehrheitlich. Gamigo ist einer der führenden deutschen Herausgeber und Betreiber von Online-Spielen, die von Tausenden Teilnehmern gleichzeitig gespielt werden können, und die sich über den Verkauf virtueller Gegenstände finanzieren.





„Mit FORBES WOMAN sprechen wir in erster Linie die große Zahl wirtschaftlich und beruflich sehr erfolgreicher Frauen in Russland an – eine hochinteressante, bislang noch wenig erschlossene Zielgruppe. In der Erfolgsgeschichte von FORBES auf dem russischen Markt haben wir 2009 mit FORBES WOMAN ein neues Kapitel aufgeschlagen.“

► *Irina Michailovskaja, Chefredakteurin FORBES WOMAN*

Axel Springer Russia

Axel Springer Russia gibt in Russland bereits seit 2004 die russische Ausgabe des Wirtschaftsmagazins FORBES heraus und erreicht mit einer Auflage von durchschnittlich fast 80.000 Exemplaren jeden Monat um die 820.000 Leser. Ein weiterer Baustein der Markenexpansion war der Start der Website www.forbes-russia.ru, ebenfalls 2009. Die erfolgreiche Kooperation von Axel Springer und Forbes Inc. wurde Ende 2008 bis 2020 verlängert. Weiterhin gibt Axel Springer Russia das wöchentliche Nachrichtenmagazin NEWSWEEK, die russische Ausgabe von COMPUTER BILD und das People-Magazin OK! heraus.

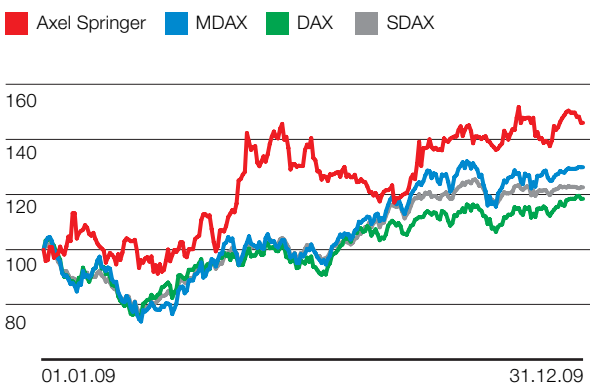


30 Die Axel-Springer-Aktie

Indizes übertroffen

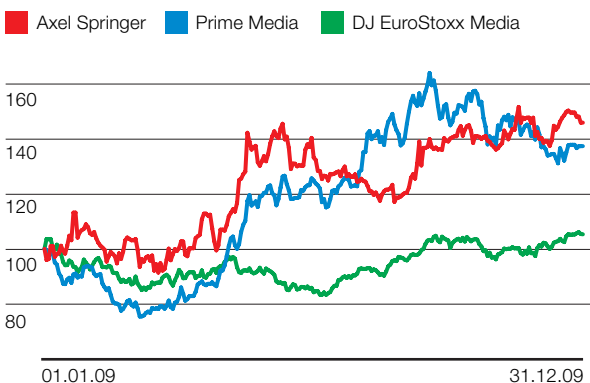
Die Axel-Springer-Aktie hat im Geschäftsjahr 2009 ein Kursplus von 46,0% erreicht. Zum Jahresende notierte sie bei € 75,05 (Ende 2008: € 51,39) und damit unweit des am 18. November 2009 erreichten Jahreshochs von € 78,00. Der Tiefstkurs wurde am 19. März (€ 46,94) festgestellt. Unter Berücksichtigung der im Mai 2009 ausbezahlten Dividende haben die Aktionäre einen Total Shareholder Return von 54,6% erzielt.

Indexvergleich Gesamtmarkt



Die Benchmark-Indices der Axel-Springer-Aktie wurden deutlich übertroffen. Der SDAX legte auf Jahressicht um 22,6% zu, während der DJ-EuroStoxx-Media-Index, der die wichtigsten europäischen Medienaktien abbildet, nur ein vergleichsweise moderates Plus von 5,3% erzielte.

Indexvergleich Medienbranche



Zum Handelsschluss 2009 summierte sich die Marktkapitalisierung der im Streubesitz befindlichen Aktien auf € 580,5 Mio. Damit war Axel Springer der mit Abstand am höchsten bewertete Titel im SDAX und hatte im Index ein Gewicht von 7,0%. Der gesamte Börsenwert belief sich auf € 2,48 Mrd. Zugleich wurde unsere Aktie aktiver gehandelt: Der tägliche Stückumsatz kletterte um 17,7% auf 9,5 Tsd.

Angaben zur Aktie

in €	2009	2008	Veränderung
Ergebnis je Aktie (unverwässert)	10,20	18,58	-45,1 %
Ergebnis je Aktie (verwässert)	10,19	18,54	-45,0 %
Dividende ¹⁾	4,40	4,40	0,0 %
Jahresschlusskurs	75,05	51,39	46,0 %
Höchstkurs	78,00	94,73	-17,7 %
Tiefstkurs	46,94	42,50	10,4 %
Durchschnittskurs	63,35	68,03	-6,9 %

¹⁾ Dividendenvorschlag für das Geschäftsjahr 2009.

Rekorddividende beschlossen

An der ordentlichen Hauptversammlung der Axel Springer AG am 23. April 2009 in Berlin nahmen 260 Anteilseigner teil. Bei einer Präsenz von 83,1% fanden die Beschlussvorschläge der Verwaltung jeweils Mehrheiten von über 98%. Hierzu zählte auch die Neuwahl des Aufsichtsrats der Axel Springer AG.

Gemäß Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung wurde am 24. April 2009 eine Dividende in Höhe von € 4,40 (Vj.: € 4,00) je dividendenberechtigter Stückaktie ausbezahlt. Dies entsprach einer Ausschüttung von € 130.603.699,60 aus dem Bilanzgewinn der Axel Springer AG. Der danach verbleibende Betrag von € 14.508.300,40 wurde in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt. Eigene Aktien der Gesellschaft waren nicht dividendenberechtigt.

Investor Relations intensiviert

Unsere Beziehungen zu Investoren und Analysten haben wir im Berichtsjahr nochmals intensiviert. Insgesamt präsentierten wir die wirtschaftliche Entwicklung und die Strategie von Axel Springer im Rahmen von neun Konferenzen, an die sich jeweils zahlreiche Investorengespräche anschlossen, sowie elf Roadshows.

Im ersten Quartal nahmen wir am German Investment Seminar von Dresdner Kleinwort in New York, der German Investment Conference von Cheuvreux in Frankfurt am Main sowie der Merrill Lynch All Stars Conference in New York teil. Im zweiten Vierteljahr folgten die Société Générale European Mid & Small Caps Conference in Nizza, die LBBW German Telco & Media Forums in Zürich und die Deutsche Bank German & Austrian Corporate Conference in Frankfurt. Hervorzuheben im dritten Quartal sind die Teilnahme an der JP Morgan Media CEO Conference in London, der Société Générale 3rd Pan European Conference in New York und einer Roadshow der Deutschen Bank in London. Schließlich präsentierten wir uns im vierten Quartal anlässlich der Morgan Stanley TMT Conference in Barcelona. Roadshows fanden an den Finanzplätzen Frankfurt am Main, New York, London, Paris und Dublin statt. Die Präsentationen stießen durchweg auf großes Interesse bei institutionellen Investoren und Analysten.

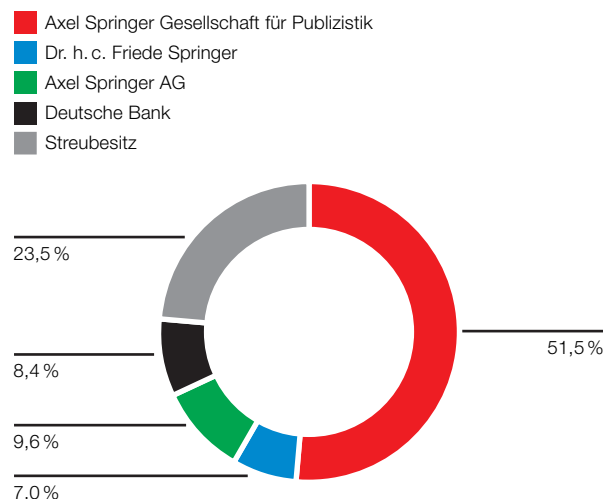
Zur Veröffentlichung unserer Finanzberichte haben wir jeweils Telefonkonferenzen durchgeführt. Diese wurden live auf unserer Webseite übertragen und stehen dort zusätzlich als Audio-Webcast zur Verfügung. Auch die Präsentationen anlässlich von Investorenkonferenzen und Roadshows stehen dort zum Download bereit.

Axel Springer wurde zum Jahresende regelmäßig durch acht Researchhäuser bewertet. Im Geschäftsjahr 2009 nahmen die Landesbank Baden-Württemberg und die Commerzbank die Coverage von Axel Springer mit einer Kaufempfehlung auf. Dagegen stellten Dresdner Kleinwort und Main First ihre Coverage ein.

Aktionärsstruktur unverändert

Die Aktionärsstruktur hat sich im Geschäftsjahr nur unwesentlich verändert. Der Anteil des Streubesitzes erhöhte sich von 23,1 % Ende 2008 auf nun 23,5 %, während sich der Anteil der im Eigenbesitz befindlichen Aktien von 9,9 % auf 9,6 % verringerte.

Aktionärsstruktur



Angaben zur Notierung

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

32 Konzernlagebericht und Lagebericht der Axel Springer AG

Gesamtbeurteilung der Geschäfts- und Ertragsentwicklung 2009

Die Geschäftsentwicklung hat im Wesentlichen unsere verhaltenen Erwartungen an das Jahr 2009 bestätigt. Wie im Frühjahr 2009 prognostiziert, lagen die Gesamterlöse aufgrund der erheblichen Marktbelastungen im In- und Ausland unter dem Vorjahreswert. Trotz der gesamtwirtschaftlichen Stabilisierung im zweiten Halbjahr gab es auf den Pressevertriebs- und Werbemärkten noch keine eindeutigen Anzeichen einer konjunkturellen Belebung.

Der Rückgang der Konzernerlöse um 4,3 % ist angesichts des schwierigen Marktumfelds als Erfolg zu werten. Axel Springer hat sein crossmediales Geschäftsmodell konsequent weiterverfolgt und sich damit weitaus besser entwickelt als der Gesamtmarkt. Mit den vergleichsweise moderaten Umsatzrückgängen im deutschen Markt – bei sogar leicht steigenden Vertriebserlösen der Zeitungen National – haben wir die führende Marktstellung gefestigt und unter Beweis gestellt, dass sich mit hohen Reichweiten auch in Krisenzeiten stabile Erlöse erwirtschaften lassen. Die ausländischen Printmedien haben trotz deutlicher Erlöseinbußen ein positives Ergebnis gesichert und dabei ihr erfolgreiches Kostenmanagement unter Beweis gestellt. Die digitalen Medien haben erneut ein kräftiges Wachstum erzielt und mit einer Ergebnisverdoppelung ihre Bedeutung für den Konzern unterstrichen.

Axel Springer hat das Geschäftsjahr 2009 mit einem Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von € 333,7 Mio. und damit – wie erwartet und prognostiziert – deutlich unter dem Rekordwert des Vorjahres (€ 486,2 Mio.) abgeschlossen. Um den Konzern noch effizienter aufzustellen, die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern und die Ertragskraft zu stärken, lagen die Restrukturierungs- und Marketingaufwendungen auf deutlich erhöhtem Niveau. Die EBITDA-Rendite lag bei 12,8 % (Vj.: 17,8 %).

Der Konzernüberschuss lag bei € 313,8 Mio. nach € 571,1 Mio. im Vorjahr. Beide Werte enthalten wesentliche nicht operative Effekte wie die Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen im Jahr 2009 und die Veräußerung der Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2008. Bereinigt um diese und andere nicht operative Effekte lag der Konzernüberschuss bei € 152,6 Mio. (Vj.: € 254,6 Mio.). Das Ergebnis je Aktie lag bei € 10,19 (Vj.: € 18,54), bereinigt um wesentliche nicht operative Positionen bei € 5,13 (Vj.: € 8,55). Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 23. April 2010 die Ausschüttung einer Dividende von € 4,40 (Vj.: € 4,40) je dividendenberechtigter Stückaktie vor.

Ausblick 2010

Axel Springer hält im Geschäftsjahr 2010 an seiner Strategie mit den Eckpfeilern Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung fest. Die Folgewirkungen der globalen Rezession werden auf den Pressevertriebs- und Werbemärkten im Jahr 2010 weiterhin zu spüren sein, zumal die Marktstabilisierung auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau eingesetzt hat.

Insgesamt rechnen wir für das Geschäftsjahr 2010 mit stabilen bis leicht steigenden Umsätzen im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Den voraussichtlich sinkenden Vertriebserlösen sollen höhere Werbe- und übrige Erlöse gegenüberstehen. Wir geben davon aus, dass der Rückgang im Printgeschäft durch steigende Erlöse bei den digitalen Medien kompensiert werden kann.

Aufgrund operativer Verbesserungen, positiver Effekte aus Restrukturierungen und fortgesetzter Kostendisziplin in allen Konzernbereichen soll das EBITDA den Vorjahreswert um etwa 10 % übertreffen.

Geschäftsmodell, Struktur und Marktposition

Vorbemerkungen

Der Lagebericht der Axel Springer AG und der Konzernlagebericht sind zusammengefasst. Die in diesem zusammengefassten Lagebericht enthaltenen Informationen betreffen die wirtschaftliche Lage und die Geschäftsentwicklung des Axel Springer Konzerns. Diese gelten im Wesentlichen auch für die Axel Springer AG. Weitere Informationen zur wirtschaftlichen Lage des Mutterunternehmens Axel Springer AG sind in einem separaten Kapitel aufgeführt.

Zum Zweck der besseren Vergleichbarkeit wurde die operative Ergebniskennzahl EBITDA um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen bereinigt.

Geschäftstätigkeit

Das Unternehmen Axel Springer, 1946 vom gleichnamigen Verleger gegründet, ist Deutschlands größter Zeitungs- und drittgrößter Zeitschriftenverlag sowie eines der führenden europäischen Medienhäuser. Unsere Kernkompetenz ist exzellenter Journalismus – aktuell, informativ und unterhaltsam – in Zeitungen, Zeitschriften und digitalen Medien.

Axel Springer arbeitet crossmedial: Das breite Medienspektrum umfasst etablierte multimediale Markenfamilien wie die BILD- und die WELT-Gruppe ebenso wie auflagenstarke Regionalzeitungen, Programm-, Computer-, Auto-, Sport- und Frauenzeitschriften, Online-Portale und -Angebote bis hin zu TV- und Hörfunksendern. Bei den Digitalen Medien erstreckt sich unsere Kernkompetenz zudem auf Online-Marktplätze und die erfolgsbasierte Online-Vermarktung. Das Portfolio deckt damit die Informationsbedürfnisse unterschiedlichster Interessengruppen ab.

Axel Springer agiert international: Mit unserem crossmedialen Angebot erreichen wir große Teile der Einwohner in Europa. Besonders stark ist die Marktposition in Deutschland, wo wir mit unseren rund 70 Zeitungen und Zeitschriften etwa 53,1 % der Bevölkerung über 14 Jahre erreichen; bezogen auf alle IVW-gemeldeten

Titel haben wir einen Marktanteil von 19,0%. Die Zahl der im Ausland erscheinenden Publikationen liegt bei mehr als 160. Hinzu kommen über 80 Online-Angebote sowie Beteiligungen an TV- und Radiosendern im In- und Ausland. Insgesamt sind wir in 36 Ländern präsent. Aufgrund der hohen Qualität und außergewöhnlichen Reichweite stellen die Informations- und Unterhaltungsangebote zugleich attraktive und medienübergreifende Werbeumfelder dar.

Axel Springer handelt wertorientiert und verantwortungsvoll: Kreativität, Unternehmertum und Integrität sind zentrale Unternehmenswerte. Diese Werte prägen die Unternehmenskultur und bieten den engagierten und hoch qualifizierten Mitarbeitern Orientierung bei der Umsetzung der Konzernstrategie. Strategische Eckpfeiler sind der Ausbau der Marktführerschaft im deutschen Kerngeschäft sowie die Internationalisierung und die Digitalisierung. Axel Springer ist hierdurch ein in Europa führendes, multimedial integriertes Print-, Online- und Web-Bewegt看bild-Unternehmen.

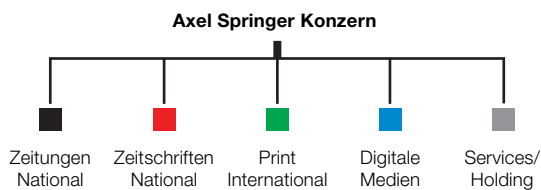
Standorte, Beteiligungen

Der Unternehmenssitz des Konzerns ist Berlin. Weitere inländische Verlagsstandorte befinden sich u. a. in Hamburg und München. Hinzu kommen zahlreiche Gesellschaften in den Metropolen des europäischen Auslands. Zum 31. Dezember 2009 gehörten dem Konzern 129 vollkonsolidierte Gesellschaften an, davon 76 außerhalb Deutschlands. Die konsolidierten Beteiligungen des Konzerns werden im Anhang unter Ziffer (44) dargestellt.

Segmente

Die Geschäftsaktivitäten sind fünf Segmenten zugeordnet: Zeitungen National, Zeitschriften National, Print International, Digitale Medien und Services/Holding. Die Eckpfeiler der Konzernstrategie – Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung – werden somit überschneidungsfrei und mit größtmöglicher Transparenz dargestellt.

Zuordnung in Segmenten



Zeitungen National

Die im Inland verlegten Zeitungen sind – gemeinsam mit den Anzeigenblättern – im Segment Zeitungen National zusammengefasst. Sie lassen sich nach Kauf- und Abonnementzeitungen sowie nach regionalen und überregionalen Medien unterscheiden (s. Grafik).

Kaufzeitungen: BILD, Europas größte Tageszeitung, verfügt gemeinsam mit der Berliner B.Z. auf Grundlage der verkauften Auflage im Segment der deutschen Kaufzeitungen über einen Marktanteil von 80,6% und nimmt damit die mit Abstand führende Position ein; die B.Z. ist im Berliner Zeitungsmarkt zudem die Nummer eins.

Portfolio Zeitungen National (Auswahl)

Kaufzeitungen		Abonnementzeitungen	
überregional	regional	überregional	regional
■ BILD	■ B.Z.	■ DIE WELT	■ HAMBURGER ABENDBLATT
■ BILD am SONNTAG	■ B.Z. am SONNTAG	■ WELT KOMPAKT	■ BERLINER MORGENPOST
		■ WELT am SONNTAG	

Abonnementzeitungen: Die Tageszeitung DIE WELT (einschließlich des Tabloids WELT KOMPAKT) ist mit einem Marktanteil von 17,0%, gemessen an der verkauften Auflage, die drittgrößte Qualitätstageszeitung Deutschlands. Die regionale Abo-Zeitung HAMBURGER ABENDBLATT ist mit einem Marktanteil von 38,8% die größte Abo-Zeitung in Hamburg und dessen Umland, die BERLINER MORGENPOST ist die zweitgrößte Abo-Zeitung Berlins.

Mit den Sonntagszeitungen BILD am SONNTAG und WELT am SONNTAG sind wir unter den überregionalen Sonntagszeitungen mit einem Vertriebsmarktanteil von 85,7% klare Nummer eins.

Zeitschriften National

Mit einem Portfolio von fast 40 Titeln ist Axel Springer sowohl gemessen an der durchschnittlich verkauften Auflage als auch am Werbemarktanteil der drittgrößte Zeitschriftenverlag in Deutschland. In allen wesentlichen Segmenten haben wir führende Marktpositionen inne.

Portfolio Zeitschriften National (Auswahl)

Programm- und Frauenzeitschriften	Computer-, Auto- und Sportzeitschriften	Axel Springer Financial Media
Programm <ul style="list-style-type: none"> ■ HÖRZU ■ TV DIGITAL ■ FUNK UHR Frauen <ul style="list-style-type: none"> ■ BILD der FRAU ■ FRAU von HEUTE 	Auto <ul style="list-style-type: none"> ■ AUTO BILD ■ AUTO TEST ■ AUTO BILD ALLRAD Computer <ul style="list-style-type: none"> ■ COMPUTER BILD ■ COMPUTER BILD SPIELE Sport <ul style="list-style-type: none"> ■ SPORT BILD 	Finanzen <ul style="list-style-type: none"> ■ EURO ■ EURO am SONNTAG

Programm- und Frauenmedien: Die 14-täglich erscheinende TV DIGITAL ist die auflagenstärkste Programmzeitschrift im Hochpreissegment. HÖRZU ist Deutschlands Nummer eins unter den wöchentlichen, hochpreisigen Programmzeitschriften. BILD der FRAU erreicht einen Vertriebsmarktanteil von 30,6% und ist damit die führende deutsche Frauenzeitschrift.

Die **Computer-, Auto- und Sportmedien** entstammen fast vollständig der BILD-Markenfamilie. COMPUTER BILD, AUTO BILD und SPORT BILD nehmen in Europa jeweils die führende Position ein. Daneben verlegen wir Spezialtitel, die in ihren Marktsegmenten ebenfalls Spitzenplätze belegen.

Zentrale **Wirtschaftspublikationen** sind das Monatsmagazin EURO und die wöchentlich erscheinende EURO am SONNTAG.

Print International

Im Ausland publiziert Axel Springer mehr als 160 Zeitungen und Zeitschriften – über eigene Tochtergesellschaften, Joint Ventures sowie über die Vergabe von Lizenzen. Unser Fokus liegt dabei auf den Märkten in Osteuropa. In Westeuropa konzentrieren sich die Verlagsaktivitäten auf die Schweiz, Spanien und Frankreich. Die größte internationale Markenfamilie bildet AUTO BILD.

Portfolio Print International (Auswahl)

Polen	Schweiz	Ungarn	Frankreich
■ 4 Zeitungen	■ 1 Zeitung	■ 10 Zeitungen	■ 10 Zeitschriften
■ 14 Zeitschriften	■ 14 Zeitschriften	■ 38 Zeitschriften	

Weitere Märkte: Spanien, Russland, Tschechische Republik, Rumänien

In **Polen** sind wir mit 14 Zeitschriften und vier Zeitungen vertreten. Zu nennen sind insbesondere die führende Kaufzeitung FAKT, die einzige Sporttageszeitung PRZEGLAD SPORTOWY und die über ein Joint Venture herausgegebene DZIENNIK GAZETA PRAWNA (s. Seite 55). Mit einem Marktanteil bei den nationalen Tageszeitungen von knapp 36,6 % auf Basis der verkauften Auflage ist Axel Springer Polska mit FAKT und PRZEGLAD SPORTOWY der größte Zeitungsverlag in Polen.

In der **Schweiz** gibt Axel Springer die HANDELSZEITUNG sowie 14 Zeitschriften heraus und besitzt die Marktführerschaft in den Segmenten Wirtschafts- und Finanz- sowie Programmzeitschriften. Das Wirtschaftsmagazin BILANZ zählt neben der HANDELSZEITUNG zu den meistgelesenen Publikationen im Wirtschaftssegment. Im Bereich Publikumszeitschriften ist Axel Springer mit BEOBACHTER und bei den Programmzeitschriften mit TELE und TV STAR gut positioniert.

In **Ungarn** gibt Axel Springer 38 Magazine und zehn Tageszeitungen heraus und ist – mit einem Marktanteil von 20,9 %, gemessen an der verkauften Auflage – zweitgrößter Verlag des Landes. Führend ist Axel Springer bei Programmzeitschriften, Regional- und Wirtschaftszeitungen sowie bei Wohn-, Auto-, Koch- und Rätselzeitschriften.

In **Frankreich** publizieren wir insgesamt zehn Programm-, Frauen- und Lifestyle- sowie Autozeitschriften, davon fünf in einem Joint Venture mit der Mondadori-Gruppe. Wichtigste Titel sind die Programmzeitschrift TELEMAGAZINE, das Kochmagazin VIE PRATIQUE GOURMAND und der Autotitel AUTO PLUS.

In **Spanien** ist Axel Springer mit zwölf Zeitschriften aktiv, im Bereich Videospiele- und Computermagazine die Nummer eins und im Segment Autozeitschriften mit den Marktführern AUTO BILD ESPAÑA und AUTO BILD 4x4 vertreten.

In **Russland** publiziert Axel Springer vier Magazine, darunter das Wirtschaftsmagazin FORBES, NEWSWEEK, und die Computerzeitschrift COMPUTER BILD. Zusätzlich erwarben wir im November 2009 das G+J-Portfolio in Russland mit den Titeln GEO, GALA BIOGRAFIA, GEO TRAVELLER und GEOLENOK (s. Seite 55).

In der **Tschechischen Republik** veröffentlichen wir sieben Zeitschriften und sind Marktführer bei den Autozeitschriften.

In **Rumänien** hält Axel Springer eine 40 %ige Beteiligung an Edipresse AS Romania und publiziert insgesamt 13 Zeitschriften.

Digitale Medien

Das Segment Digitale Medien enthält die Online-Angebote im In- und Ausland sowie die Aktivitäten und Beteiligungen im TV- und Hörfunkbereich. Mit durchschnittlich 28,7 Mio. Nutzern pro Monat (Bruttoreichweite, Unique Visitors nach comScore) nehmen wir eine Spitzenposition im digitalen Wettbewerbsumfeld ein.

Portfolio Digitale Medien (Auswahl)

Content-Portale	Marktplätze	Vermarktung
<ul style="list-style-type: none"> ■ Bild.de ■ auFeminin.com ■ gamigo.de ■ autobild.de ■ welt.de ■ computerbild.de ■ wallstreet:online ■ Amiado Group ■ transfermarkt.de ■ abendblatt.de 	<ul style="list-style-type: none"> ■ stepstone.de (Stellen) ■ immonet.de (Immobilien) ■ idealo.de (Preisvergleiche) ■ autohaus24.de (Autos) ■ buecher.de (Bücher, Audio, Foto) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zanox ■ Digital Window ■ eprofessional

Content-Portale: Bild.de ist das reichweitenstärkste Informations- und Unterhaltungsportal im deutschen Netz und mit dem Videoportal zugleich eine der führenden Bewegtbildplattformen in Deutschland. BILDmobil, das größte mobile Informationsportal in Deutschland, wird im Durchschnitt mehr als 4,5 Mio. Mal im Monat aufgerufen. WELT ONLINE steht an der Spitze der Online-Angebote deutscher Qualitätszeitungen. Hinzu kommen die ebenfalls stark frequentierten Online-Angebote der deutschen Regionalzeitungen und Zeitschriften sowie der ausländischen Printmedien. Die Online- und Mobilpräsenz der Printmarken wird ergänzt durch digitale Marken wie auFeminin.com, der ersten Adresse für Online-Informationen rund um die Themen Mode, Beauty und Lifestyle in Europa, der Fußball-Community transfermarkt.de, dem Online-Spiele-Anbieter gamigo.de, den Finanzportalen finanzen.net und wallstreet:online, Studenten- und Freizeitportalen sowie einer Beteiligung an Motor-Talk, der größten europäischen Community rund um die Themen Auto und Motor.

Marktplätze: StepStone ist einer der führenden Betreiber von Online-Stellenbörsen in Europa (s. Seite 74). immonet.de ist zweitgrößter Anbieter im Online-Immobilienmarkt und Marktführer für die crossmediale Immobilienvermarktung. idealo.de gehört zu den meistgenutzten Suchmaschinen in Deutschland für Preis- und Produktvergleiche. Am markenübergreifenden Neuwagenportal autohaus24.de sowie an der Autofahrer-Community carmondo.de sind wir über einen Minderheitsanteil beteiligt (s. Seite 72). Ebenfalls beteiligt ist Axel Springer an buecher.de, einem Online-Händler für Bücher, Musik und Filme.

Vermarktung: Mit zanox und dem im Geschäftsjahr 2009 erworbenen Unternehmen Digital Window (s. Seite 55) sind wir einer der weltweit führenden Dienstleister für erfolgsbasiertes Online-Marketing. Beide Unternehmen unterstützen Werbekunden bei der Durchführung und Optimierung ihrer Online-Werbekampagnen.

Im Bereich **TV und Hörfunk** hält der Konzern eine Minderheitsbeteiligung am größten privaten Fernseh- und Rundfunkunternehmen in der Türkei, der Doğan TV-Gruppe. Der TV-Sender besitzt die Marktführerschaft sowohl bei den Zuschauermarktanteilen als auch bei den Werbemarktanteilen. Mit Schwartzkopf TV verfügen wir über eine erfolgreiche Produktionsfirma für TV-Unterhaltungsformate. Weitere Anteile hält Axel Springer an regionalen TV-Sendern in den wichtigen Märkten Hamburg und Berlin. Der Konzern besitzt außerdem Minderheitsbeteiligungen an den erfolgreichsten Hörfunksendern Deutschlands.

Services/Holding

Das Segment Services/Holding umfasst die eigenen Zeitungsdruckereien, die Beteiligung am Tiefdruckgemeinschaftsunternehmen PRINOVIS, die Bereiche Logistik und Vertrieb sowie Service- und Holdingfunktionen.

Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette

Das Geschäftsmodell von Axel Springer ist konsequent crossmedial ausgerichtet. Als Medienunternehmen verfolgen wir grundsätzlich das Ziel, die Zahl der Leser oder User zu steigern und sie dauerhaft von unseren Medienangeboten zu überzeugen. Durch den Verkauf von Printmedien und die Bereitstellung kostenpflichtiger digitaler Angebote erwirtschaften wir Vertriebs Erlöse und übrige Erlöse. Durch die medienübergreifende Reichweitenvermarktung aus einer Hand generieren wir Werbeerlöse.

Crossmediale Konzeption

Die Konzepte zur Präsentation von Informationen und Unterhaltung entwickeln wir laufend weiter. Dies erstreckt sich gleichermaßen auf die Verbesserung bestehender Formate – beispielsweise durch überarbeitete

redaktionelle Konzepte oder grafische Relaunchs – und die Einführung neuer Medienangebote. Insbesondere im Segment Digitale Medien ist die Entwicklung von neuen Angeboten integraler Bestandteil des operativen Geschäfts. Nach Möglichkeit werden diese mit den reichweitenstarken Printmedien verzahnt und redaktionelle Kompetenzen gemeinsam genutzt. Um die Chancen neuer Angebote und technologischer Trends zu sondieren, betreiben wir intensive Marktforschung und initiieren gezielte Innovationsprojekte.

Redaktion

Axel Springer verfügt über eine vollständige Wertschöpfungskette für die Erstellung und crossmediale Aufbereitung von redaktionellen Inhalten. Zur Erstellung der journalistischen Inhalte für die verschiedenen Medien haben wir integrierte Newsrooms u. a. für die Print-, Online- und Bewegtbildmedien der BILD-Gruppe sowie der WELT-Gruppe/BERLINER MORGENPOST, der B.Z. und des HAMBURGER ABENDBLATT geschaffen. In diesen redaktionellen Kompetenzzentren werden alle journalistischen Inhalte gebündelt und für die verschiedenen Print- und Online-Medien produziert. Auch im Ausland haben wir die Inhalterstellung teilweise gebündelt.

Produktion

Der Herstellungsprozess der Zeitungen gliedert sich in die Formherstellung, den Druck und die Weiterverarbeitung. Die Druckformherstellung empfängt die Daten der in den Redaktionen erstellten Zeitungsseiten und belichtet diese direkt auf die Druckplatten. In der Zeitungsrotation werden die Papierbahnen bedruckt, gefalzt, geschnitten und anschließend an die Weiterverarbeitung übergeben. Dort wird die Zeitung mit Vorprodukten und Beilagen komplettiert, verpackt und an die Versandlogistik übergeben. Unsere deutschen Zeitungen werden u. a. in den drei eigenen Offsetdruckereien Hamburg-Ahrensburg, Essen-Kettwig und Berlin-Spandau gedruckt.

Bei den digitalen Medien umfasst der Produktionsprozess i. d. R. die Verarbeitung und Aggregation von Informationen in Datenbanken sowie deren Bereitstellung auf Webseiten oder anderen digitalen Ressourcen. Hierfür wird Hardware in Form von Serverkapazitäten sowie geeignete Software eingesetzt und der

Daten- und Informationsfluss zwischen den Komponenten sichergestellt.

Vertrieb

Um die Zeitungen und Zeitschriften nach dem Druck bis zum Kunden an die rund 120 Tsd. Einzelhandelsverkaufsstellen wie Kiosk, Zeitschriftengeschäft oder Discounter zu bringen, greifen wir auf ein ausgefeiltes Logistik- und Transportsystem zurück. Darüber hinaus werden die Medien auch über Presse-Großhandelsunternehmen sowie Presse-Importgesellschaften weltweit vertrieben. Die Inhalte der digitalen Medien erreichen die Nutzer über die verschiedenen elektronischen Kanäle wie das Internet, mobile Verbreitungswege oder Downloadplattformen wie den App Store von Apple.

Vermarktung

Das Geschäftsmodell von Medienhäusern basiert neben den Vertriebs Erlösen durch Einzelverkauf oder Abonnements auf Werbeerlösen. Hier gilt es, durch journalistische Inhalte die für Anzeigenkunden relevanten Zielgruppen zu erreichen und attraktive Anzeigenplatzierungen zu ermöglichen. Die Reichweitenvermarktung erstreckt sich bei Printtiteln im Wesentlichen auf die Platzierung von Anzeigen unterschiedlicher Formate und in Verlagsbeiträgen sowie in themengebundenen Rubrikanzeigen.

Bei digitalen Medien stehen verschiedenste Formate wie Banner, Layer Ads, Wallpaper und Videoformate zur Verfügung. Die Wertschöpfungskette der Vermarktung beruht dabei auf der Organisation in Marken- und Marktbereiche: In den Markenbereichen werden standardisierte Print- und Online-Angebote sowie crossmediale, auf die jeweiligen Kunden zugeschnittene Angebote aufbereitet, die über die Regionalbüros der Marktbereiche an Kunden und deren Agenturen vermittelt werden. Neben der klassischen Reichweitenvermarktung gibt es bei den digitalen Medien weitere transaktionsgetriebene Geschäfts- und Marktplatzmodelle, wie z. B. bei zanox oder idealo.de.

Die Vermarktung der inländischen Zeitungen, Zeitschriften und markengebundenen digitalen Medien erfolgt zentral über Axel Springer Media Impact. Gemessen an den Bruttomarktanteilen ist Axel Springer Media Impact der führende crossmediale Medienvermarkter in

Deutschland. Seit dem ersten Quartal 2010 ist Axel Springer Media Impact auch für die telefongestützte Akquise von kleinen bis mittleren Anzeigenkunden sowie den dazugehörigen Services zuständig (s. Seite 56).

Organisation, Unternehmensführung und Kontrolle

Grundsätze der Unternehmensführung

Die Prinzipien der Unternehmensführung, die Entwicklung der Corporate Governance im Berichtsjahr sowie die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat werden in der Erklärung zur Unternehmensführung auf den Seiten 93 bis 105 ausführlich erläutert.

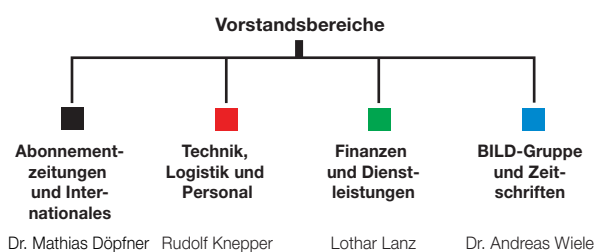
Personelle Veränderungen

Am 10. März 2009 hat der Aufsichtsrat der Axel Springer AG Lothar Lanz mit Wirkung zum 1. Mai 2009 zum neuen Mitglied des Vorstands mit Verantwortung für den Vorstandsbereich „Finanzen und Dienstleistungen“ berufen. Er trat an die Stelle von Steffen Naumann, der zu diesem Zeitpunkt Axel Springer nach mehr als sieben Jahren erfolgreicher Tätigkeit verließ.

Vorstandsbereiche

Im Sinne einer effizienten Steuerung sind die Konzernaktivitäten vier Vorstandsbereichen zugeordnet.

Axel-Springer-Vorstandsbereiche



Der Vorstandsbereich „Abonnementzeitungen und Internationales“ steht in Verantwortung des Vorstandsvorsitzenden Dr. Mathias Döpfner. Er umfasst neben dem Zeitungs-, Online- und Mobile-Angebot der WELT-Gruppe und den medienübergreifenden Angeboten

unserer Regionalzeitungen auch die multimedialen Marken in den wachstumsstarken Auslandsmärkten. Darüber hinaus ist Dr. Mathias Döpfner für die Konzernstabsfunktionen Information und Öffentlichkeitsarbeit, Stabsabteilung Personal Leitende Angestellte, Sicherheit, Public Affairs, Axel Springer Kundenbindung sowie die Axel Springer Akademie zuständig.

Der stellvertretende Vorstandsvorsitzende Rudolf Knepper ist für den Vorstandsbereich „Technik, Logistik und Personal“ zuständig und damit für die Offsetdruckereien, Logistik & Services und die Beteiligung am Tiefdruck-Gemeinschaftsunternehmen PRINOVIS verantwortlich. Zusätzlich unterstehen ihm das zentrale Beschaffungswesen und der Personalbereich.

Im Vorstandsbereich „Finanzen und Dienstleistungen“, verantwortet durch Lothar Lanz, werden die Stabs- und Servicefunktionen des Finanzbereichs, Controlling, Mergers & Acquisitions und Recht, die Revision sowie die Axel Springer Services & Immobilien GmbH, IT, Versicherungsvertrieb und Kundenservice geführt.

Der Vorstandsbereich „BILD-Gruppe und Zeitschriften“ unter Leitung von Dr. Andreas Wiele enthält die medienübergreifenden Angebote der Markenfamilie BILD sowie die Zeitschriften. Dieses Portfolio ist in folgende Verlagsgruppen strukturiert: „BILD und BILD am SONNTAG“, „Computer-, Auto- und Sportmedien“ sowie „Programm- und Frauenmedien“. Auch die Wirtschaftsmedien der Axel Springer Financial Media zählen zu diesem Vorstandsbereich.

Der Geschäftsbereich Elektronische Medien sowie der Bereich Konzernorganisation/Konzernentwicklung berichten als Querschnittsfunktionen an den Gesamtvorstand. Der Bereich Axel Springer Media Impact berichtet an die beiden Marktvorstände „Abonnementzeitungen und Internationales“ sowie „BILD-Gruppe und Zeitschriften“.

Strategie und Steuerung

Unternehmenswerte

Unsere Unternehmenswerte sind das Fundament für die strategische und operative Weiterentwicklung des Konzerns. Sie leiten jeden Mitarbeiter bei seiner Arbeit und sind Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur. Die drei Unternehmenswerte sind:

- **Kreativität** als entscheidende Voraussetzung für den journalistischen und den geschäftlichen Erfolg
- **Unternehmertum** im Sinne des ideenmutigen, eigenverantwortlichen und ergebnisorientierten Handelns der Mitarbeiter und Führungskräfte
- **Integrität** gegenüber dem Unternehmen, den Lesern, den Kunden, den Mitarbeitern, den Geschäftspartnern und Aktionären.

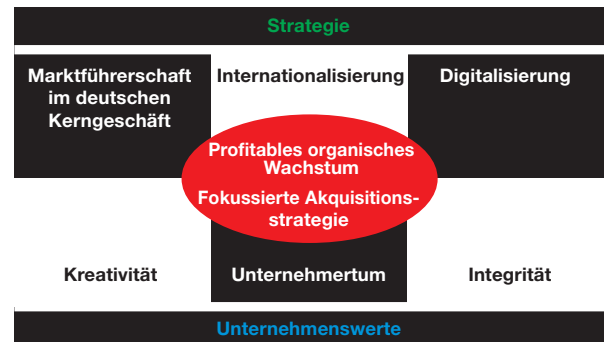
Die Unternehmenswerte sind auch Ausgangspunkt bei der Erarbeitung der Führungsgrundsätze gewesen. Sie konkretisieren diese und machen sie somit zum Maßstab unseres täglichen Handelns.

Eckpfeiler der Strategie und Umsetzung

Axel Springer ist ein in Europa führendes, multimedial integriertes Print-, Online- und Web-TV-Unternehmen. Der Konzern verfolgt eine Strategie, die auf drei Kernelementen aufgebaut ist: Ausbau der führenden Marktstellung im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung. Diese strategischen Kernelemente werden ganzheitlich gesteuert und nach Möglichkeit intensiv verzahnt. Auf diese Weise können Synergien und Cross-Selling-Potenziale gehoben werden.

Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft

Die führende Marktposition im deutschsprachigen Kerngeschäft stellt eine starke Basis für die Erweiterung des Geschäftsmodells dar. Schließlich beruhen sowohl Internationalisierung als auch Digitalisierung zu einem bedeutenden Teil auf der Übertragung bestehender Printmarken und -inhalte auf digitale Vertriebswege sowie neue Marktregionen. Die führende Position gilt es daher zu festigen und auszubauen.



Dem Ausbau der Marktposition dienen u. a.

- Die fortlaufende Entwicklung, Umsetzung und erfolgreiche Markteinführung kreativer publizistischer Konzepte
- Regelmäßige Relaunchs bestehender Printmedien mit dem Ziel, Konzeption, journalistische Qualität und grafische Präsentation der Inhalte weiter zu verbessern oder an veränderte Leserbedürfnisse anzupassen
- Maßnahmen zur Verstärkung der Leser-Blatt-Bindung
- Gezielte Marketingkampagnen
- Die crossmediale Reichweitenvermarktung über Axel Springer Media Impact.

Internationalisierung

Im Fokus der Internationalisierung stehen vor allem die Märkte in Osteuropa. Je nach regionaler Marktlage gründet oder erwirbt Axel Springer neue Titel bzw. tritt als Lizenzgeber oder -nehmer im Kerngeschäft Zeitungen und Zeitschriften auf. Zur Risiko- und Kostenreduktion vollzieht sich die Internationalisierung zum Teil über Joint Ventures mit lokalen Verlagspartnern. Die Verzahnung mit digitalen Medienangeboten ist auch im europäischen Ausland ein wesentlicher Wachstumsmotor.

Vor allem über Lizenzausgaben von AUTO BILD und den dazu gehörenden Spezialtiteln sind wir auch außerhalb Europas vertreten, so beispielsweise in Mexiko, Indien und China.

Digitalisierung

Informations- und Unterhaltungsangebote werden im Internet und – auch dank weiterentwickelter Technologien – zunehmend über mobile Endgeräte genutzt. Axel Springer hat frühzeitig die Herausforderungen angenommen, die aus dieser veränderten Mediennutzung erwachsen. Die Transformation von einem Printverlag zu einem integrierten Multimediakonzern ist in vollem Gange. Die Digitalisierung des Geschäfts erfolgt dabei in enger Anlehnung an die gewachsenen Kernkompetenzen des Unternehmens: Unser Fokus richtet sich vorrangig auf die Verbreitung von Informationen mit Nutz- oder Unterhaltungswert über digitale Vertriebskanäle und die wirtschaftliche Nutzung der hierdurch geschaffenen Reichweite. Die organischen Wachstumsprojekte ergänzen wir durch den Erwerb weiterer Content-Portale sowie von Online-Marktplätzen und Plattformlösungen.

Erklärtes strategisches Ziel ist, perspektivisch die Hälfte des Geschäfts über digitale Medien zu erwirtschaften. Im Einzelnen verfolgen wir drei Expansionspfade:

Content-Portale

Die journalistische Qualität und das Marken-Know-how der bestehenden Printtitel werden – gefördert durch medienübergreifende, integrierte Newsrooms – auf Content-Portale im In- und Ausland übertragen. Durch die fortlaufende Erweiterung der redaktionellen Inhalte erschließen sich die Content-Portale neue Zielgruppen und steigern so ihre Reichweite. Hinzu tritt die intensive Vernetzung mit sozialen Netzwerken und weiteren Online-Communitys. Zusätzlich erwirbt Axel Springer von Printmarken unabhängige Content-Portale, baut diese aus und verzahnt sie mit den Online-Ausgaben der Printmedien.

Ein wichtiges Zukunftsthema für unsere Content-Portale ist die schrittweise Einführung von kostenpflichtigen Premiuminhalten und -anwendungen. Erste Applikationen und Formate konnten im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich platziert werden (s. Seite 58). Die Bezahlinhalte ergänzen das bislang vorrangig auf Werbeerlöse konzentrierte Geschäftsmodell der Content-Portale.

Marktplätze

Über Internet-Marktplätze wie immonet.de, idealo.de und StepStone bieten wir attraktive Plattformen für Internetkäufe und Online-Rubrikenmärkte an. Wo immer möglich, werden aus der Kombination von Content-Portalen und Marktplätzen Synergien realisiert.

Vermarktung

Mit zanox und Digital Window sind wir führend im erfolgsbasierten Online-Marketing. Beide Gesellschaften bringen über ihre Plattformen Werbetreibende und Partner-Webseiten (Affiliates) in Verbindung. Hierdurch gewinnen beide Seiten: Die Affiliates gewinnen über das Netzwerk Werbekunden und stellen diesen Werberaum zur Verfügung. Hierfür werden sie erfolgsbasiert – in Abhängigkeit von der Qualität der Kontakte und der Transaktionen – vergütet. Die Werbetreibenden können über das Netzwerk die Nutzer, die sie mit ihrer Werbung erreichen wollen, exakt und effizient ansprechen und vermeiden so Streuverluste. Die Plattformen sichern die Aufzeichnung des Datenverkehrs, der Transaktionen und der aus den Verkäufen geschuldeten Provisionen. Zusätzlich tragen umfangreiche Services und innovative Applikationen zum Werbeerfolg bei. Unsere Strategie zielt auf beschleunigtes internationales Wachstum und die gemeinsame Weiterentwicklung des Angebots.

Wertorientierte Unternehmenssteuerung

Die Konzernstrategie von Axel Springer mit ihren drei Eckpfeilern dient dem übergeordneten Ziel, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Dies wird durch profitables organisches Wachstum sowie ergänzend durch eine fokussierte Akquisitionsstrategie erreicht. Entsprechend ist das Steuerungssystem ausgerichtet. Anhand der Entwicklung von finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren kontrollieren wir die Umsetzung der Konzernstrategie.

Nicht finanzielle Steuerungsgrößen

Die nicht finanziellen Leistungsindikatoren machen den Erfolg von Axel Springer hinsichtlich Kunden, Angeboten, Prozessen, Mitarbeitern und Nachhaltigkeit messbar. Die Indikatoren fließen nicht in die Erfolgsrechnung des Unternehmens ein, sind jedoch zentrale Treiber für die wertorientierte Entwicklung des Unternehmens. Sie geben frühzeitig Auskunft darüber, ob strategische Maßnahmen den gewünschten Effekt zeigen, und ermöglichen es uns bei Bedarf, mit kurzer Reaktionszeit gegenzusteuern. Überdies sind die nicht finanziellen Leistungsindikatoren als Frühindikator für die Entwicklung finanzieller Größen anzusehen, da sie sich darin mit zeitlicher Verzögerung widerspiegeln.

Bei kunden-, markt- und angebotsbezogenen Leistungsindikatoren sind folgende Kennzahlen von besonderer Bedeutung:

- Die verkaufte Auflage und die Reichweite – d. h. die Zahl der erreichten Leser – von Printmedien sowie die hiermit erreichte Position im Wettbewerbsumfeld. Für alle wesentlichen Zeitungen und Zeitschriften legen wir die durchschnittliche verkaufte Auflage offen und ziehen aktuelle Reichweitenerhebungen hinzu.
- Die Unique Visitors/Visits und einzelfallbezogene Kennzahlen bei Online-Medien sowie die daran bemessene Marktposition. Zentrale Steuerungsgröße sind hierbei die Unique Visitors, die wir ebenso wie die Visits als monatliche Durchschnittswerte ausweisen.

- Die Reichweite unserer Medien im Werbemarkt sowie über Marktforschung generierte Kennzahlen zu Marken- und Werbebekanntheit.

Axel Springer hat sich überdies das Ziel gesetzt, bis 2010 Europas kundenfreundlichstes Medienhaus zu werden. Mit dem Kundenbindungsindex steht hierfür ein differenziertes Mess- und Bewertungssystem zur Verfügung. Die Daten werden durch das Institut TNS-Infratest erhoben und ausgewertet. Die Kennzahl ist ein wichtiger Indikator für Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität. In die Kennzahl fließen u. a. die Qualitätsbeurteilung unserer Publikationen, das Bekenntnis der Kunden zu unseren Marken, die Wiederkaufraten und der jeweilige Wettbewerbsvorteil ein. Die Kundenbindungsinitiative hat in den letzten vier Jahren einen Kulturwandel angestoßen und das Engagement für die Kunden weiter in den Mittelpunkt gerückt.

In gleicher Weise erheben wir die Qualität der internen Zusammenarbeit und Serviceorientierung. Ziel dieser Messung sind Identifikation und Förderung effizienter Abläufe im Unternehmen. Die Ergebnisse der Analyse zeigen neue Handlungsfelder zur Verbesserung der internen Servicequalität auf. Sie werden zu einem internen Kundenbindungsindex aggregiert. Über die jährliche Messung der externen und internen Kundenbindung und die darauf aufbauenden Maßnahmen haben wir einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Gang gesetzt, der einen Beitrag zur langfristigen Steigerung der Profitabilität leistet.

Zu den nicht finanziellen Indikatoren zählen auch ökologische und soziale Leistungskriterien. Das Unternehmen orientiert sich dabei an den Nachhaltigkeitskriterien der Global Reporting Initiative (GRI). Zu den ökologiebezogenen Effizienzkennzahlen gehören insbesondere das Schmutzwasservolumen, der Abfall, die klimawirksamen Emissionen sowie der Energieverbrauch (s. Seite 49).

Finanzielle Steuerungsgrößen

Zentrale finanzielle Steuerungsgrößen im Berichtsjahr sind sowohl auf Konzernebene als auch für die einzelnen Segmente:

- Der Umsatz als Summe von Vertriebs-, Werbe- und übrigen Erlösen
- Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) und die EBITDA-Rendite.

Die Kennzahlen sind im konzernweiten Planungs- und Controllingssystem verankert und bilden die Basis für den erfolgsabhängigen Vergütungsbestandteil des Vorstands und der Führungskräfte sowie die Gewinnbeteiligung aller fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (siehe Seite 46).

Über die absoluten Zahlen hinaus betrachten wir regelmäßig verschiedene relative Kennzahlen, mit deren Hilfe wir den Erfolg strategischer Umsetzungsprozesse messen können. Hierzu zählen u. a.

- Der Anteil des im Ausland erzielten Umsatzes am Konzernumsatz als Maßzahl für die Internationalisierung
- Der Umsatzanteil des Segments Digitale Medien als Maßzahl für die Digitalisierung.

Zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit von Investitionen in neue oder bestehende Geschäftsfelder wird ein auf den gewichteten Kapitalkosten beruhendes Kapitalwertverfahren verwendet. Der gewichtete Kapitalkostensatz wird auf Basis einer Zielkapitalstruktur ermittelt. Das Risiko eines Investitionsvorhabens wird generell über ein Kapitalmarktgleichgewichtsmodell mittels Beta (für das geschäftsspezifische, systematische Risiko) und Marktprämie (für das länderspezifische, unsystematische Marktrisiko) abgebildet. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass das systematische Risiko des Unternehmens im Durchschnitt dem Risiko geeigneter Vergleichsunternehmen entspricht. Diese Vergleichsgruppe setzt sich aus Medienunternehmen in Europa zusammen. Zusätzlich werden spezifische Risiken in den jährlich zu aktualisierenden, gewichteten Kapitalkosten berücksichtigt.

Finanzielle Steuerungsgrößen

Ausgewählte Steuerungsgrößen auf Konzernebene in Mio. €	2009	2008
Konzernumsatz	2.611,6	2.728,5
Anteil Auslandsumsatz	21,0 %	21,9 %
Anteil Digitale Medien ¹⁾	21,0 %	18,8 %
EBITDA	333,7	486,2
EBITDA-Rendite	12,8 %	17,8 %

¹⁾ Basis: Pro-forma-Erlöse im Segment Digitale Medien und Pro-forma-Gesamterlöse.

Mitarbeiter

Axel Springer verfolgt eine verantwortungsvolle und auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Personalpolitik, bei der die systematische Entwicklung der Mitarbeiter im Mittelpunkt steht. Ausbildung und Qualifizierung von Mitarbeitern sehen wir als wichtige Investition in eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens. Im Sinne einer offenen, wert- und performanceorientierten Unternehmenskultur bauen wir auf den aktiven Dialog zwischen Mitarbeitern und Führungskräften, Vielfalt und Chancengleichheit am Arbeitsplatz und die leistungs- und erfolgsorientierte Vergütung.

Mitarbeiterzahl

Axel Springer beschäftigte im Berichtsjahr 2009 durchschnittlich 10.740 (Vj.: 10.666) Mitarbeiter (ohne Auszubildende und Journalistenschüler/Volontäre). Die Beschäftigtenzahl stieg hauptsächlich durch die neuen Beteiligungen bzw. Neugründungen im Bereich der digitalen Medien im In- und Ausland. Zum Jahresende waren hier bereits 21,7 % der Mitarbeiter beschäftigt.

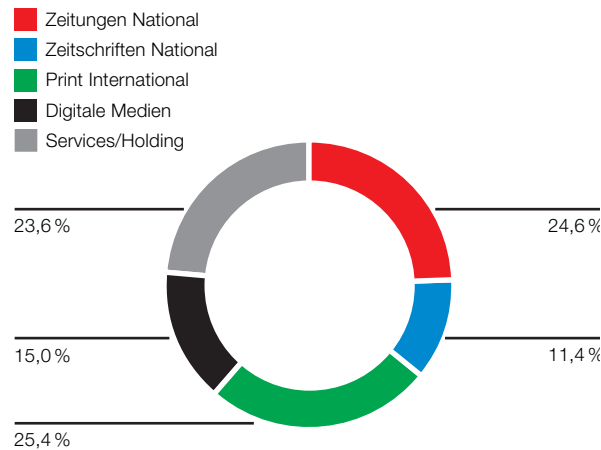
Im Jahresdurchschnitt 2009 waren im Segment Zeitungen National 2.640, im Segment Zeitschriften National 1.225, im internationalen Printgeschäft (Print International) 2.729, im digitalen Bereich (Digitale Medien) 1.607 und im Segment Services/Holding 2.539 Mitarbeiter tätig. Die Zahl der Redakteure sank hauptsächlich durch die Aktivitäten im Inland und in Polen um 188 auf 3.378, während sich die Zahl der Angestellten durch den Ausbau und die Beteiligungen im Bereich Digitale Medien um insgesamt 324 auf 6.436 erhöhte. Zum Bilanzstichtag 2009 waren die Mitarbeiter im Schnitt 12,5 (Vj.: 12,3) Jahre bei Axel Springer beschäftigt; 52,0 % (Vj.: 47,0 %) der Gesamtbelegschaft gehören dem Konzern länger als zehn Jahre an. Der Anteil der Schwerbehinderten lag im Jahresdurchschnitt in den deutschen Gesellschaften bei 4,3 % (Vj.: 4,3 %), sodass wir die Auflagen des Schwerbehindertengesetzes in Deutschland auch im Geschäftsjahr 2009 im Wesentlichen erfüllt haben.

Der Personalaufwand erhöhte sich im Berichtsjahr 2009 um 9,6 % auf € 791,9 Mio. (Vj.: € 722,5 Mio.). Die Zunahme ist vor allem auf eine Geschäftsausweitung durch Unternehmensakquisitionen zurückzuführen. Für 2009 konnten Tarifvereinbarungen für die gewerblichen Mitar-

beiter sowie für die Angestellten der Druckindustrie und in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen mit unterschiedlichen Laufzeiten abgeschlossen werden (1. April 2009 bis 31. März 2011 bzw. 1. April 2009 bis 30. Juni 2011). Für diese Mitarbeiter wurden tarifliche Einmalzahlungen für 2009/2010 zwischen € 250 und € 280 vereinbart. Die Auszahlungen erfolgten im September/Oktober 2009 bzw. im Januar 2010. Für 2010 wurden lineare Tarifierhöhungen von 2 % bzw. 1,6 % ab 1. April/1. Mai bzw. 1. August 2010 abgeschlossen. Der lineare Tarifabschluss für die Zeitungs- und Zeitschriftenredakteure lag bei 1,6 % ab 1. Oktober 2009. Diese Gehaltstarifverträge laufen zum 31. Juli 2010 aus und müssen 2010 neu verhandelt werden.

Mitarbeiter nach Segmenten

Jahresdurchschnittswerte



Ausbildung

Aus der Überzeugung heraus, dass Medienangebote in Print und Online vor allem durch Qualität und Glaubwürdigkeit punkten, legen wir großen Wert auf eine qualitativ hochwertige Ausbildung des journalistischen Nachwuchses. Seit dem Jahr 2007 betreiben wir mit der Axel Springer Akademie Deutschlands modernste Journalistenschule. Die bereits 1986 als Journalistenschule Axel Springer gegründete Einrichtung verfolgt einen konsequent medienübergreifenden Ansatz und hat als kreative Ideenwerkstatt für das Haus bereits einige – zum Teil preisgekrönte – Medienprojekte entwickelt. Die Akademie

arbeitet eng mit WELT KOMPAKT zusammen und hat im Jahr 2009 eine Kooperation mit der renommierten Columbia School of Journalism abgeschlossen. Auch im Jahr 2009 wurden wieder 40 Bewerber für die zweijährige Ausbildung aufgenommen. Die 37 Absolventen wurden fast vollständig von Medien des Konzerns übernommen.

Über die journalistische Ausbildung hinaus bilden wir Medienkaufleute Digital und Print, Kaufleute für Bürokommunikation, Mediengestalter Digital und Print, Bachelors Betriebswirtschaftslehre und Kaufleute für Marketingkommunikation aus. Die Zahl von insgesamt 153 Auszubildenden zum Jahresende 2009 macht deutlich, dass wir auch in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise zu unserer Verantwortung als Ausbildungsbetrieb stehen.

Weiterbildung

Über ein umfassendes Qualifizierungsprogramm unterstützt Axel Springer Mitarbeiter und Fachbereiche darin, die aus der strategischen Weiterentwicklung des Konzerns erwachsenden Herausforderungen zu bewältigen.

Das Qualifizierungsprogramm bietet allen Mitarbeitern die Möglichkeit, ihren individuellen Qualifizierungsbedarf abzudecken, der u. a. durch den Entwicklungsdialog ermittelt wird. Das Programm umfasst pro Jahr ca. 600 Veranstaltungen wie Seminare, Netzwerke, Fremdsprachenkurse und Vorträge.

In den jeweiligen Fachbereichen liegt der Fokus auf der individuellen und passgenauen Qualifizierung durch spezifische Trainings- und Qualifizierungsmaßnahmen.

Für die Mitarbeiter in den Verkaufs- und Vertriebsorganisationen werden maßgeschneiderte und bedarfsorientierte Trainings durchgeführt. Ein Zusatzangebot für alle Mitarbeiter sind die berufsbegleitenden Fortbildungen, u. a. zum/zur Fachwirt/-in Online-Marketing, Fachwirt/-in Dialogmarketing, Geprüfte(n) Medienfachwirt/-in oder Staatlich geprüfte(n) Kommunikationswirt/-in.

Leistungsträger gewinnen und fördern

Wie im Vorjahr hat Axel Springer intensives Hochschulmarketing betrieben. Wir präsentierten den Konzern und die vielfältigen Karrierepfade u. a. auf Hochschulmessen. Ebenso wichtig war die Unterstützung studentischer Initiativen und die Kooperation mit Universitäten und Lehrstühlen wie der European School of Management and Technology (ESMT) in Berlin, der Hamburg Media School und anderen Hochschulen.

Die Förderung des akademischen Nachwuchses vollzieht sich im Rahmen eines Praktikantenprogramms für Studierende, die systematische Bindung leistungsstarker Praktikanten über Folgepraktika und Diplomarbeiten, ein Studienstipendium für Auszubildende mit hervorragenden Leistungen sowie das Trainee-Programm nach dem Studium. An diesem Trainee-Programm nahmen zum Jahresende 2009 insgesamt 17 Nachwuchskräfte teil. Das Programm vermittelt fachliches und methodisches Wissen. Darüber hinaus hat die Vernetzung innerhalb des Konzerns – insbesondere mit den journalistischen Bereichen – hohe Bedeutung.

Führungskräfte im Dialog

Die Kommunikationsfähigkeit von Führungskräften und ihre Kreativität sind entscheidend für die Motivation und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter. Bereits im Jahr 2008 hat Axel Springer Führungsgrundsätze eingeführt; diese konkretisieren die Unternehmenswerte und schaffen Transparenz hinsichtlich der Anforderungen und Erwartungen, an denen Führungskräfte gemessen werden. Zur Verankerung der neuen Grundsätze wurde eine Serie von Führungsworkshops organisiert. Bis Ende des Berichtsjahres haben über 600 Führungskräfte aus allen Führungsebenen an mehr als 70 Workshops zur Einführung der Führungsgrundsätze teilgenommen. Darüber hinaus wurde ein Gesamtkonzept zur Qualifizierung der Führungskräfte implementiert, das sich an den Managementnachwuchs ebenso wie an erfahrene Führungskräfte richtet.

Der ebenfalls 2008 gestartete Entwicklungsdialog – ein strukturiertes Gespräch zwischen Führungskraft und Mitarbeiter – wurde fortgeführt und im Jahr 2009 über eine Konzernbetriebsvereinbarung für die kommenden vier Jahre in der Unternehmensgruppe verankert. Er dient der individuellen und bedarfsbezogenen Entwicklung der Mitarbeiter anhand konkreter Maßnahmen, die in Übereinstimmung mit den strategischen Zielen des Unternehmens und der jeweiligen Bereiche durchgeführt werden. Der Entwicklungsdialog wird schrittweise im gesamten Unternehmen eingeführt. Während der Pilotphase 2008 haben rund 600 Mitarbeiter aus acht Unternehmensbereichen Entwicklungsgespräche durchgeführt. 2009 sind 18 Bereiche der Axel Springer AG mit ca. 1.200 Mitarbeitern sowie drei Tochtergesellschaften mit ca. 200 Mitarbeitern hinzugekommen. Sowohl Führungskräfte als auch Mitarbeiter werden vor Durchführung des Entwicklungsdialogs in einem Training umfassend auf das neue Instrument vorbereitet. Zusätzlich laden seit Mitte 2009 alle Mitglieder des Vorstands regelmäßig zufällig ausgewählte Mitarbeiter zum Austausch beim gemeinsamen Frühstück ein.

Die Führungskräftemaßnahmen wurden im Herbst 2009 durch die zwei mehrtägigen Leadership-Programme „Führung im Wandel“ ergänzt. Dieses Seminarangebot wurde in Zusammenarbeit mit führenden Business-Schulen speziell für den Vorstand und die Führungskräfte der ersten Ebene entwickelt. Es dient der aktiven Auseinandersetzung mit dem persönlichen Führungsverhalten, dem Ausbau von Führungskompetenzen und der Stärkung der Team-, Reflexions- und Feedbackfähigkeit. Die Leadership-Programme leisten einen wesentlichen Beitrag zur Etablierung einer neuen Führungskultur bei Axel Springer.

Ideenmanagement

Axel Springer setzt auf die Ideen der Mitarbeiter. Das Ideenmanagement setzt Prämienanreize für die Beschäftigten, Vorschläge zur Förderung von Wirtschaftlichkeit, Arbeitssicherheit, Umweltschutz und technischem Fortschritt im Unternehmen zu entwickeln. Die Anzahl der Vorschläge erhöhte sich im Jahr 2009 von 1.632 auf 2.373; hiervon wurden 845 (Vj.: 671) umgesetzt, was in einem Einsparvolumen von € 1,2 Mio. (Vj.: € 1,0 Mio.)

resultierte. Im Gegenzug zahlten wir an unsere Mitarbeiter Prämien in Höhe von € 264 Tsd. (Vj.: € 277 Tsd.).

Im August und September 2009 fand in Berlin und Hamburg erstmals ein „Tag der Ideen“ statt. Jeder Mitarbeiter konnte im direkten Gespräch mit den Vorständen ohne Voranmeldung seine Idee vorstellen. Zahlreiche Vorschläge wurden gesammelt, darunter beispielsweise zu einem neuen Digitalmagazin der WELT am SONNTAG. Innerhalb von nur zwei Monaten wurde diese Idee marktreif umgesetzt; das neue WELT am SONNTAG eMag bereichert die Palette der Premiumangebote im Internet.

Gesundheitsförderung

Ein wesentlicher Baustein unserer Personalpolitik ist die Förderung der Gesundheit von Mitarbeitern. Das Gesundheitsmanagement umfasst die Themen Bewegung, Ernährung und Vorbeugung gegen Erkrankungen.

Die Themen Bewegung und Ernährung finden sich insbesondere im ganzjährigen Programm „Auf die Plätze – fertig – fit!“ wieder. Es umfasst wechselnde Sport- und Fitnessangebote genauso wie Kochseminare für eine vitaminreiche und ausgewogene Ernährung – flankiert durch ein entsprechendes Angebot in den Mitarbeiter-Restaurants – oder Fachvorträge, beispielsweise zur Stressbewältigung am Arbeitsplatz.

Die Betriebskrankenkasse von Axel Springer bot auch 2009 Schutzimpfungen gegen die saisonale Grippe an und informierte über Gesundheitsthemen wie beispielsweise die Darmkrebsprävention. Im Zusammenhang mit der neuen Grippe (H1N1) wurden an allen wesentlichen Standorten von Axel Springer umgehend alle erforderlichen Präventionsmaßnahmen durchgeführt.

Der besondere Einsatz des Unternehmens für Gesundheit und Leistungsfähigkeit zeigt sich u. a. darin, dass Axel Springer beim Corporate Health Award 2009 zu den prämierten Unternehmen gehörte. Der Award ist eine gemeinsame Initiative von Handelsblatt, TÜV Süd Life Service und EuPD Research unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales.

Chancengleichheit

Axel Springer bietet allen Mitarbeitern unabhängig von Nationalität, Kultur, Geschlecht, ethnischem Hintergrund und weiteren individuellen Merkmalen die Möglichkeit zur beruflichen Entwicklung. Mit dieser Grundeinstellung ist der Konzern bereits im Vorjahr der „Charta der Vielfalt“ beigetreten. Für die Verwirklichung von Chancengleichheit ist ein eigens hierfür eingerichteter Arbeitskreis zuständig, der paritätisch durch Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter besetzt ist. Er beschäftigt sich u. a. mit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, der Weiterentwicklung von Arbeitszeitmodellen oder der Betreuung von Mitarbeitern in Elternzeit. Im Oktober 2009 ging ein Projekt zur Förderung von Frauen in Führungspositionen an den Start.

Das betriebliche Angebot zur Kinderbetreuung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Berlin (Kindertagesstätte „Wolkenzwerge“), eingeführt im April 2008, soll ab dem zweiten Quartal 2010 durch ein vergleichbares Angebot in Hamburg ergänzt werden. Hierdurch leistet Axel Springer einen wichtigen Beitrag zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie an den beiden Standorten.

Erfolgs- und leistungsorientierte Vergütung

Axel Springer vergütet Mitarbeiter und Führungskräfte leistungs- und erfolgsorientiert. Das im Jahr 2007 eingeführte System der variablen Vergütung auf Basis von Zielvereinbarungen hat sich sehr gut bewährt. Die Ziele werden für das aktuelle Geschäftsjahr vereinbart und enthalten sowohl Unternehmensziele als auch Bereichs- und individuelle Ziele.

Darüber hinaus beteiligen wir berechnete angestellte Mitarbeiter am Unternehmensgewinn. Im Berichtsjahr wurden jedem berechtigten Mitarbeiter € 1.000 ausgezahlt.

Gratisaktien- und Aktienbeteiligungsprogramm

Im Rahmen eines freiwilligen und einmaligen Aktienbeteiligungsprogramms hatten alle Mitarbeiter mit einer Zielvereinbarung die Möglichkeit, ihren Erfolgsbonus für das Jahr 2008 ganz oder zur Hälfte in Axel-Springer-Aktien umzuwandeln. Auf den umgewandelten Bonus wurde ein Zuschuss gewährt. Berechtigten Mitarbeitern ohne leistungsorientierte Gehaltskomponente und solchen Mitarbeitern, die von der Möglichkeit der Bonusumwandlung keinen Gebrauch gemacht haben, wurden einmalig vier Gratisaktien angeboten. Die Haltefrist beträgt ein Jahr für das Gratisaktienprogramm und zwei Jahre für das Aktienbeteiligungsprogramm. Die Aktien wurden aus dem Eigenbestand der Axel Springer AG zur Verfügung gestellt.

Altersvorsorge

Über die VarioRente, eine zukunftsgerichtete betriebliche Altersversorgung durch Entgeltumwandlung, können sich Mitarbeiter ein attraktives Versorgungskapital für den Renteneintritt aufbauen. Im Juni 2009 verständigten sich Vorstand und Gesamtbetriebsrat der Axel Springer AG auf die Fortführung der freiwilligen Gesamtbetriebsratsvereinbarung zur Altersvorsorge. Die Konditionen wurden noch attraktiver gestaltet. Die Verzinsung der Beiträge von 6 % wird um weitere drei Jahre fortgeführt; zusätzlich behält Axel Springer die Zahlung eines jährlichen Zuschusses für weitere fünf Jahre bei. Die Beschäftigten nahmen das Angebot auch im Jahr 2009 sehr gut an: Die durchschnittliche Teilnahmequote betrug nahezu unverändert 35 % (Vj.: 36 %).

Gesellschaftliche Verantwortung

Axel Springer stellt sich aus Überzeugung seiner gesellschaftlichen Verantwortung. Dazu gehören die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards, die Förderung von Wissenschaft und Kultur und das Eintreten für Frieden, Freiheit und Völkerverständigung.

Gesellschaftliches Engagement

Als einziges Medienunternehmen hat Axel Springer eine Unternehmensverfassung. In dieser bereits 1967 verabschiedeten Verfassung bekennen wir uns zu folgenden Grundsätzen, die auch in der Satzung verankert sind:

1. Das unbedingte Eintreten für den freiheitlichen Rechtsstaat Deutschland als Mitglied der westlichen Staatengemeinschaft und die Förderung der Einigungsbemühungen der Völker Europas.
2. Das Herbeiführen einer Aussöhnung zwischen Juden und Deutschen; hierzu gehört auch die Unterstützung der Lebensrechte des israelischen Volkes.
3. Die Unterstützung des transatlantischen Bündnisses und die Solidarität in der freiheitlichen Wertegemeinschaft mit den Vereinigten Staaten von Amerika.
4. Die Ablehnung jeglicher Art von politischem Totalitarismus.
5. Die Verteidigung der freien sozialen Marktwirtschaft.

Groß war das Engagement des Unternehmens und seiner Mitarbeiter im Zusammenhang mit bedeutenden, 2009 begangenen Jahrestagen: 60 Jahre Bundesrepublik Deutschland und 20 Jahre Fall der Berliner Mauer. Die Zeitungen unseres Hauses begleiteten diese wichtigen Ereignisse der Zeitgeschichte mit Sonderausgaben und Aktionen.

BILD war Mitinitiator einer viel besuchten Ausstellung im Berliner Gropius-Bau, die Werke deutscher Künstler aus 60 Jahren zeigte. Im August überreichte BILD dem israelischen Premierminister Benjamin Netanjahu im Axel-Springer-Haus Berlin die erst im Herbst 2008 entdeckten und von BILD erworbenen historischen Original-Bauzeichnungen vom Konzentrations- und Vernichtungslager Auschwitz; Netanjahu präsentierte diese im September im Rahmen einer Rede auf der Vollversammlung der Vereinten Nationen in New York, im Januar 2010 wurden sie im Rahmen einer Sonderausstellung in der Holocaust-Gedenkstätte Yad Vashem gezeigt.

Ende Oktober, 20 Jahre nach dem Fall der Mauer, sprachen die „Väter der Einheit“ – Helmut Kohl, George H. W. Bush und Michail Gorbatschow – im Berliner Axel-Springer-Haus auf Einladung von BILD über ihre Erinnerungen an die deutsche Wiedervereinigung. Kurz darauf wurde in der Axel-Springer-Passage Berlin die Porträt-Büste „Michail Gorbatschow“ feierlich enthüllt.

Überdies jährte sich im Mai 2009 zum 50. Mal die Grundsteinlegung für das Berliner Verlagshaus direkt an der damaligen Sektorengrenze. Aus diesem Anlass wurde auf dem Vorplatz des Axel-Springer-Hauses in Berlin die Skulptur „Balanceakt“ des Künstlers Stephan Balkenhol enthüllt, die den Triumph über die Teilung Deutschlands thematisiert.

Darüber hinaus schärften die Medien von Axel Springer das Bewusstsein für andere gesellschaftlich relevante Themen:

- Die B.Z. startete im Oktober 2009 ihre langfristig angelegte Aktion „Berliner Helden“ zur Förderung des ehrenamtlichen Engagements in Berlin. Auf der medialen Plattform berliner-helden.com finden ehrenamtlich Interessierte das für sie passende Projekt; parallel berichtet die B.Z. täglich auf ihrer Internetseite und aktiviert so potenzielle Helfer.

- Die schweizerische Zeitschrift BEOBACHTER verleiht seit 1997 den Prix Courage. Geehrt werden „Heldinnen“ und „Helden“ des Alltags, die anderen Menschen zu Hilfe eilen oder die sich selbstlos für eine offene, solidarische und gerechte Schweiz einsetzen.
- HÖRZU griff u. a. umweltpolitische Themen auf und informierte unter dem Motto „So retten wir unsere Erde“ die Leser darüber, welchen konkreten Beitrag sie zum Klimaschutz leisten können. Die wöchentliche Programmzeitung FUNK UHR verlieh im September 2009 wieder gemeinsam mit dem Deutschen Tierschutzbund e. V. den Deutschen Tierschutzpreis.
- Die Zeitungen und Zeitschriften der BILD-Familie engagierten sich in besonderer Weise für den Verbraucherschutz. Hierzu zählte beispielsweise die Aufklärung über Verbraucherfallen und Internetbetrug oder das Aufdecken von Sicherheitsmängeln auf bundesdeutschen Spielplätzen in Zusammenarbeit mit dem TÜV Rheinland.

Soziales, wissenschaftliches und kulturelles Engagement

Der Einsatz für soziale, wissenschaftliche und kulturelle Zwecke vollzieht sich bei Axel Springer nicht nur auf Unternehmensebene. Auch die einzelnen Mitarbeiter haben im Geschäftsjahr 2009 wieder wichtige Beiträge geleistet.

Soziale Projekte

Die Hilfsorganisation BILD hilft e. V. „Ein Herz für Kinder“ sammelte im Jahr 2009 € 15,2 Mio., die direkt und ohne Abzüge für Kinder und Familien eingesetzt werden. Unterstützt werden u. a. Suppenküchen, Kindertagesstätten und Schulen sowie medizinische Maßnahmen wie Operationen und Therapien für Kinder. Ein Großteil der Gelder wird in Deutschland eingesetzt, im Ausland leistet „Ein Herz für Kinder“ – wie in Haiti – Katastrophenhilfe, investiert aber vor allem in Bildung und finanziert die lebenswichtige medizinische Versorgung von Kindern.

Zu den beispielhaften Aktionen einzelner Zeitungen und Zeitschriften von Axel Springer zählten

- Die Initiative „Berliner helfen e. V.“ der BERLINER MORGENPOST, die Menschen in Notlagen Hilfe zur Selbsthilfe leistet – unterstützt durch Spenden der Leser und begleitet durch eine umfangreiche redaktionelle Berichterstattung in der Printausgabe und auf der Internetseite.
- Die Aktion „Von Mensch zu Mensch“, in deren Rahmen das HAMBURGER ABENDBLATT über hilfsbedürftige Menschen berichtet und Spenden sammelt. Allein durch die Spende von € 2 pro Urlaubs-Abonnement kamen über € 20 Tsd. für den Verein „Kinder helfen Kindern e. V.“ zusammen.
- Die Aktion „Hand in Hand für Afrika“ von FUNK UHR, die im Berichtsjahr € 30 Tsd. an Spendengeldern für Medikamente und medizinische Ausrüstung im Südwesten Tansanias zur Verfügung stellen konnte.
- Die Verleihung des Gesundheitspreises PULSUS durch BILD am SONNTAG und die Techniker Krankenkasse für ehrenamtlich tätige Mediziner und Therapeuten.

Viele Mitarbeiter unterstützten auch im zurückliegenden Jahr die Deutsche Welthungerhilfe über die „Aktion Restgeld“. Dabei verzichteten sie auf den Nachkommabtrag ihrer monatlichen Gehaltsabrechnung; das Unternehmen stockt die Mitarbeiterspenden großzügig auf.

Wissenschaftliche und kulturelle Projekte

Axel Springer hat das „Ernst-Cramer-Fellowship“ gestiftet, das jungen deutschen Journalisten einen zweimonatigen Arbeitsaufenthalt in Israel und jungen israelischen Journalisten einen ebenso langen Arbeitsaufenthalt in Deutschland ermöglicht. Im Jahr 2009 fand in Kooperation mit dem Internationalen Journalisten-Programm (IJP) bereits die sechste Ausschreibung statt. Mithilfe des Stipendiums werden zukünftige Multiplikatoren für Fragen der deutsch-israelischen Beziehungen sensibilisiert und erhalten einen persönlichen Eindruck von Mentalität, Kultur und Alltagsleben im jeweils anderen Land.

Die Offsetdruckerei Ahrensburg beteiligte sich im Oktober 2009 an der Innovationsinitiative „Jugend denkt Zukunft“ und veranstaltete einen Workshop mit 25 Hamburger Schülern. Diese erhielten Einblicke in die Arbeitsabläufe der Druckerei und diskutierten über gesellschaftliche Trends und technische Innovationen der Medienbranche.

Nachhaltiges Wirtschaften

Über vielfältige Maßnahmen stellen wir ein nachhaltiges Wirtschaften in allen Konzernbereichen sicher. Sie orientieren sich an der International Social Policy ebenso wie an der Umwelleitlinie des Konzerns. Wir unterziehen uns regelmäßig und freiwillig einer Überprüfung unserer organisatorischen Umweltschutzmaßnahmen durch externe Gutachter im Rahmen von EG-Öko-Audits an den Druckstandorten in Deutschland.

Alle zwei Jahre veröffentlicht Axel Springer auf freiwilliger Basis einen umfangreichen und von unabhängiger Seite geprüften Nachhaltigkeitsbericht, der die mehr als 120 wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungskriterien der Global Reporting Initiative (GRI) erfüllt. Der aktuelle Bericht aus dem Jahr 2008 wurde – als erster Nachhaltigkeitsbericht eines Medienunternehmens überhaupt – von der GRI mit dem höchsten Vollständigkeitsiegel „LEVEL A+“ ausgezeichnet.

Im Zuge unserer Internationalisierungsstrategie haben wir im Berichtsjahr die ausländischen Tochtergesellschaften noch stärker in das konzernweite Nachhaltigkeitsmanagement eingebunden. Die Landesgesellschaften in Polen, Frankreich und der Schweiz entwickelten einen auf ihre jeweiligen Verhältnisse zugeschnittenen Nachhaltigkeitsbericht, der den Vorgaben der GRI entspricht. Anhand der Kriterien wurden zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen in Angriff genommen.

Neben den Druckereien hat sich der konzern-eigene Catering-Dienstleister PACE Paparazzi Catering & Event GmbH im laufenden Jahr einem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement unterzogen und bereitet einen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Standard vor.

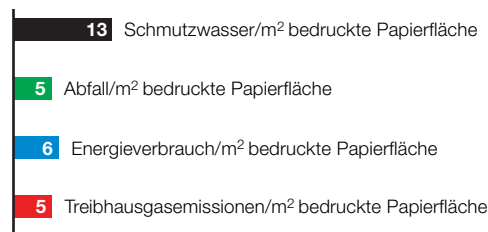
Umweltmanagement bei Axel Springer

Die Umwelleitlinie verpflichtet alle Standorte und Gesellschaften des Konzerns, wo immer möglich, zur Vermeidung von Umweltbelastungen sowie zur kontinuierlichen Optimierung der Ressourceneffizienz.

Die spezifischen Umweltkennzahlen der Druckereien des Konzerns in Deutschland und Ungarn haben sich im Geschäftsjahr 2009 aufgrund gesunkener Druckauflagen, im Gegensatz zu den vergangenen Jahren, nicht weiter verbessert. Das über die Kanalisation abgeführte Schmutzwasservolumen pro Quadratmeter bedruckter Papierfläche nahm im Vergleich zum Jahr 2008 um 13 % zu. Eine Ursache dafür waren Einstellungsprobleme an den Rückkühlwerken in der Druckerei Spandau sowie ein Schaden in der Druckerei Essen-Kettwig. Durch eine höhere Zahl von Einzelaufgaben und die damit zusammenhängenden zusätzlichen Maschinenanläufe erhöhte sich der Anteil nicht verkaufsfähiger Druckexemplare (Makulatur). Dadurch nahm der Abfall je Quadratmeter bedruckter Papierfläche um 5 % zu. Gegenüber 2008 sank der Energiebedarf der Druckereien insgesamt um 3 %. Dennoch stieg der Energiebedarf je Quadratmeter bedruckter Fläche um 6 %. Ursache dafür ist die von der jeweiligen Druckauflage weitgehend unabhängige Grundlast für Maschinen und Gebäude.

Umweltkennzahlen der Druckereien

in % ggb. Vorjahr



Die direkten und indirekten Treibhausgasemissionen entwickelten sich proportional zum Energiebedarf. Trotz sinkender Gesamtemissionen stiegen die Emissionen je Quadratmeter bedruckten Papiers um 5 %.

In Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Druck und Medien sowie dem Arbeitskreis Nachhaltigkeit im Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) hat Axel Springer im abgelaufenen Jahr einen CO₂-Rechner entwickelt, der die für Zeitungen und Zeitschriften typischen Produktionsabläufe berücksichtigt und abbildet. Das Modell wird in den Druckereien des Unternehmens bereits ausgiebig auf seine Praxistauglichkeit getestet. Direkte klimawirksame Treibhausemissionen entstehen bei der Verbrennung von Erdgas in den Druckereien und indirekte CO₂-Emissionen bei der Erzeugung und Bereitstellung des zugekauften Stroms sowie der extern bezogenen Fernwärme für die Standorte von Axel Springer.

Nachhaltigkeitsmanagement bei Lieferanten

Über das nachhaltige Wirtschaften an eigenen Standorten hinaus nimmt Axel Springer entsprechend der Umweltleitlinie Einfluss auf Lieferanten – vorrangig entlang der Holz-, Papier- und Recyclingkette – und fordert von diesen eine umweltschonende Rohstoffgewinnung. Hinzu treten soziale Kriterien, die in der International Social Policy (s. Seite 95) festgelegt sind. Der Konzern bezog im Jahr 2009 rund 440 Tsd. Tonnen Druckpapier von ca. 50 Papierfabriken aus etwa 15 Ländern. Rund die Hälfte aller bei uns verwendeten Druckpapiere enthält Altpapier.

Die Einhaltung der Nachhaltigkeitsstandards kontrollieren wir über Inspektionen vor Ort. Nach Informationsbesuchen bei Forstunternehmen in Russland und Lieferanten von Werbemitteln in China inspizierten wir im Berichtsjahr einen Hersteller von Kurzfaserezellstoff auf Basis von Eukalyptusholz in Fray Bentos, Uruguay.

Dieser Rohstoff findet in Druckpapier für Zeitschriftendeckel Verwendung. Die Inspektion umfasste Besichtigungen von Plantagen und Zellstoffproduktionsanlagen, Gespräche mit Mitarbeitern über soziale Standards ebenso wie den Meinungsaustausch mit Umwelt- und Antikorruptionsorganisationen. Die Prüfung wurde mit positivem Ergebnis abgeschlossen.

Beteiligung an internationalen Initiativen

Axel Springer beteiligte sich im Jahr 2009 erneut mit Daten über die eigenen Emissionen von Treibhausgasen (CO₂-Äquivalente) am deutschen Bericht des Carbon Disclosure Project (CDP). Das Carbon Disclosure Project ist das weltweit größte Gemeinschaftsprojekt institutioneller Anleger im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels.

Im Rahmen der 2008 von der Bundesregierung gegründeten Initiative „Business & Biodiversity“ hat sich Axel Springer verpflichtet, die Auswirkungen der Aktivitäten auf die biologische Vielfalt zu analysieren und das Nachhaltigkeitsmanagement entsprechend auszurichten. Ein von uns initiiertes Projekt befasst sich mit Biodiversitätskriterien beim Einkauf von Büropapieren und Werbebroschüren. Die „Business and Biodiversity Initiative“ (B&B) ist ein Projekt mit internationaler Beteiligung im Rahmen des deutschen Vorsitzes über die UN-Konvention für Biologische Vielfalt (CBD, Convention on Biological Diversity).

Geschäfts- und Ertragsentwicklung

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat das wirtschaftliche Umfeld alle Medienunternehmen vor große Herausforderungen gestellt. Die globale Rezession hat das Geschäft über den gesamten Jahresverlauf beeinträchtigt; im zweiten Halbjahr trat eine Stabilisierung auf niedrigem Niveau ein. Vor allem der Werbemarkt war unter Druck.

Gesamtwirtschaft

Nach dem stärksten Einbruch seit dem Zweiten Weltkrieg hat die **Weltwirtschaft** in der zweiten Jahreshälfte 2009 wieder deutlich an Kraft gewonnen. Durch massive Konjunkturprogramme und eine expansive Geldpolitik gestützt ist die Talfahrt damit schneller überwunden worden als allgemein befürchtet. Nach Berechnungen des IWF ging die Wirtschaftsleistung 2009 weltweit um 0,8% zurück.

Die Erholung geht zu einem wesentlichen Teil auf die wirtschaftliche Dynamik in Schwellenländern zurück. So konnte China schon im Sommer 2009 fast wieder an die Wachstumsraten vor der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise anknüpfen. In den Industriestaaten verlief die Entwicklung verhaltener, doch konnten auch sie in der zweiten Jahreshälfte die Talfahrt stoppen. Ein kräftiger Anstieg der privaten Konsumausgaben hat der US-Konjunktur wieder neue Dynamik verliehen. Maßgeblichen Anteil daran hatte die Pkw-Absatzprämie. Die Ausstattungsinvestitionen steigen aber nur leicht. Die japanische Wirtschaft hat sich etwas erholt. Der Außenhandel belebte sich und auch der private Konsum zog an.

In **Deutschland** ist die Wirtschaft 2009 zum ersten Mal seit sechs Jahren geschrumpft. Nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamts ging das Bruttoinlandsprodukt real um 5,0% zurück. Der wirtschaftliche Einbruch fand vor allem im Winterhalbjahr 2008/2009 statt; im weiteren Jahresverlauf 2009 stabilisierte sich die Konjunktur. Der Export, wichtiger Wachstumsmotor der früheren Jahre, bremste die wirtschaftliche Entwicklung. Die Exporte sanken 2009 real um 14,2%, bei den Importen betrug der Rückgang 8,9%. Positive Impulse kamen hingegen vom privaten Verbrauch. Er profitierte stark von der staatlichen Förderung des Pkw-Absatzes und stieg 2009 real insgesamt um 0,2%; ohne Berücksichtigung

von Kraftfahrzeugkäufen haben die privaten Haushalte allerdings ihre Konsumausgaben gesenkt. Hintergrund sind die um 0,9% rückläufigen Nettolöhne und -gehälter. Das Konsumklima hat sich nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Jahresverlauf 2009 kontinuierlich verbessert. Im Dezember war allerdings ein leichter Dämpfer zu beobachten. Günstig auf den privaten Konsum wirkte sich die historisch geringe Inflationsrate von lediglich 0,4% aus. Dies ist der niedrigste Wert im wiedervereinigten Deutschland. Wesentliche Gründe waren gesunkene Energie- und Nahrungsmittelpreise.

Trotz der tief greifenden Rezession war im Jahr 2009 nur ein leichter Anstieg der Arbeitslosigkeit festzustellen: Unternehmen waren bestrebt, die Beschäftigung zu sichern, und griffen in starkem Maße auf das Instrument der Kurzarbeit zurück. Im September 2009 befanden sich laut Bundesagentur für Arbeit 1,1 Mio. Personen in Kurzarbeit. Im Jahresdurchschnitt 2009 waren 3,4 Mio. Personen arbeitslos.

Im **Ausland** waren die osteuropäischen Mitgliedsländer der EU in besonderem Maße von der Weltwirtschaftskrise betroffen. Mit Ausnahme von Polen und Tschechien war es keinem Land möglich, nennenswerte Stützungsaktionen zu unternehmen. Im Durchschnitt verzeichneten die osteuropäischen Mitgliedsländer einen Rückgang des Bruttoinlandsprodukts von 3,9%.

Polen war als einziges osteuropäisches EU-Land in der Lage, ein Wirtschaftswachstum zu erzielen. Der reale Zuwachs betrug 1,3%. Die Tschechische Republik verzeichnete einen Rückgang der Wirtschaftsleistungen um 4,3%, in Ungarn fiel der Rückgang mit 6,6% noch kräftiger aus. Die Verringerung der weltweiten Rohstoffnachfrage und ein drastischer Einbruch der Investitionen führten in der russischen Wirtschaft 2009 zu einem Konjunkturunbruch von real 8,0%.

Auch die westeuropäischen Staaten wurden 2009 durchweg stark von der Wirtschaftskrise getroffen. Die französische Wirtschaft wurde durch staatliche Nachfrage gestützt und verzeichnete einen Rückgang um 2,3%. Auch der Rückgang des Bruttoinlandsprodukts in der Schweiz fiel im europäischen Vergleich mit 2,0% relativ glimpflich aus. Spanien verzeichnete 2009 einen Rück-

gang der Wirtschaftsleistungen um 3,7%. Umfangreiche Konjunkturpakete und ein wieder anziehender Export sorgten für eine leichte Erholung im Jahresverlauf.

Branchenumfeld

Vertriebsmarkt

Der rückläufige Konsum (ohne Berücksichtigung von Autokäufen) hat den inländischen Pressevertriebsmarkt spürbar belastet. Die verkaufte Gesamtauflage der IWW-gemeldeten Zeitungen und Zeitschriften lag, gewichtet nach der jeweiligen Erscheinungsweise, um 2,4% unter der des Vorjahreszeitraums. Dank der in den vergangenen vier Quartalen realisierten Preiserhöhungen gingen die Vertriebsumsätze jedoch nur um 0,8% zurück.

Die 373 IWW-gemeldeten **Tages- und Sonntagszeitungen** erreichten einen Gesamtverkauf von 23,2 Mio. Exemplaren pro Ausgabe. Gegenüber dem Vorjahreszeitraum entsprach dies einem Rückgang von 2,2%. Mit einem Minus von 3,9% war der Einzelverkauf deutlich stärker betroffen als das Abonnement (-1,8%); der Trend aus dem Vorjahr setzte sich insofern fort. Die Nachfrage im Segment der Tages- und Sonntagszeitungen innerhalb des Pressevertriebsmarkts gab – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 2,4% nach.

Der Gesamtverkauf der **Publikumszeitschriften** inklusive der Mitglieder- und Club-Magazine lag bei 115,1 Mio. Exemplaren pro Ausgabe – ein Rückgang von 1,0% gegenüber dem Vorjahr. Der Einzelverkauf entwickelte sich mit einem Rückgang von 0,2% fast identisch wie das Abonnement (-0,1%). Die Nachfrage im Segment der Publikumszeitschriften verringerte sich – gemäß der jeweiligen Erscheinungsweise gewichtet – um 2,3%.

Während sich bei Printmedien die Auflage weiter verringerte, haben Online-Medien im Jahr 2009 weiter an Attraktivität gewonnen. Laut der Studie internet facts 2009-III der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) nutzen bereits 43,5 Mio. Personen in Deutschland das Internet (Internetnutzer innerhalb der letzten drei Monate). Dies entspricht einem Anteil von 67,1% der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren. Mit der breiten Etablierung des Internets in allen Bevölkerungsschichten haben sich die demografischen Strukturen der Internetnutzer denen der Gesamtbevölkerung immer mehr angenähert.

Von den 43,5 Mio. regelmäßigen Nutzern nutzen 64,5% das Internet, um sich über Nachrichten zum Weltgeschehen zu informieren, und 57,3%, um sich über regionale oder lokale Nachrichten auf dem Laufenden zu halten. Damit zählten News-Angebote neben dem Abruf oder dem Versenden von E-Mails, Wetterinformationen, Online-Shopping und Online-Recherchen zu den wichtigsten thematischen Schwerpunkten. Mehr als ein Drittel informiert sich häufig oder gelegentlich über Kinofilme und Kinoprogramm oder über Sportergebnisse im Internet. Auch Job- und Immobilienbörsen zählten zu den 20 meistgenutzten Online-Kategorien.

Ausweislich der Daten von IWW wurden die Content-Portale deutscher Printmedien wesentlich häufiger besucht als im Jahr 2008. Die 20 meistbesuchten Portale deutscher Qualitätszeitungen steigerten demnach die Zahl der Visits um durchschnittlich 34%, während die Portale der Zeitschriften einen Anstieg um 31% erreichten. Auch die vorrangig auf Entertainment ausgerichteten Portale lagen fast durchgängig im Plus. Laut comScore verzeichnete auch die Zahl der Unique Visitors bei den meisten stark frequentierten Portalen eine zweistellige Steigerungsrate.

Werbemarkt

Die Wirtschaftskrise hat 2009 auch den Werbemarkt erreicht. Firmen reduzierten ihre Werbeetats auf breiter Basis. In den verfügbaren Daten zur Entwicklung der Werbekonjunktur, wie sie u. a. von Nielsen Media Research ermittelt werden, kommt dies nur unzureichend zum Ausdruck. Grund ist, dass diese Werbedaten sich nur auf Markenartikel- und Dienstleistungswerbung sowie auf Werbung von Großbetrieben des Handels beziehen; Rubrikanzeigen und Prospektbeilagen finden keine Berücksichtigung. Zudem ist zu beachten, dass durch den erheblich verstärkten Wettbewerb in der Medienbranche mit entsprechenden Auswirkungen auf die Konditionen die tatsächliche Geschäftsentwicklung durch die Bruttowerte – die keinerlei Rabatte berücksichtigen – verzerrt wiedergegeben wird. Die wirtschaftlich entscheidende Nettowerbeumsatzentwicklung stellt sich daher deutlich ungünstiger dar.

Der **Gesamtbruttowerbemarkt** einschließlich klassischer Online-Werbung (ohne Suchwortvermarktung und Affiliate, ohne Medienwerbung) lag mit einem Wachstum

um 0,3 % auf € 18,9 Mrd. nahezu auf Vorjahresniveau (Nielsen Media Research). Die **Nettowerbeerlöse** haben sich jedoch nach vorläufigen Einschätzungen des ZAW über alle Mediengattungen um 8 % reduziert. Die Bruttoanzeigenerlöse der **Printmedien** (ohne Rubriken und Beilagen und ohne Medienwerbung) blieben mit € 6,6 Mrd. (-6,4 %) deutlich hinter dem entsprechenden Jahreswert zurück.

Das Markenartikelanzeigengeschäft in **Zeitungen** (ohne Medienwerbung) lag laut Nielsen Media Research leicht über dem Vorjahresniveau (+0,7 %). Während u. a. die Wirtschaftsbereiche Finanzen, Kfz, Energie, Sonstige Verkehrsmittel und Telekommunikation ihre Werbeinvestitionen in Zeitungen reduzierten, weiteten die Branchen Textilien und Bekleidung, Handel, Touristik, Kunst und Kultur sowie der Bereich Ernährung ihre Werbeausgaben aus. Insbesondere Discounter erhöhten ihr Werbeaufkommen noch einmal deutlich. Da Nielsen allerdings mit den Markenartikel- und Dienstleistungsanzeigen sowie den Insertionen der Großbetriebe des Handels nur einen vergleichsweise geringen Teil des Anzeigengeschäfts der Zeitungen beobachtet, kommt die tatsächliche Geschäftsentwicklung in diesem Segment nur unzureichend zum Ausdruck. So hat sich laut ZMG-Statistik das Nettoanzeigenvolumen der regionalen Abonnementzeitungen (inklusive Rubriken) um 12,1 % reduziert; die Anzeigenumfänge der überregionalen Zeitungen (inklusive Rubriken) haben sich 2009 sogar um durchschnittlich 30,0 % verringert (Ulrich + Partner). Bei den regionalen Abonnementzeitungen haben sich alle Rubriken rückläufig entwickelt, insbesondere die veröffentlichten Stellen-, Immobilien-, Kfz- und Veranstaltungsanzeigen. Das Volumen der Stellenanzeigen verzeichnete 2009 eine Abnahme um 39,3 % gegenüber dem Vorjahr.

Im deutschen **Publikumszeitschriftenmarkt** blieben 2009 die Bruttoanzeigenerlöse (ohne Medienwerbung) mit € 2,6 Mrd. um -14,8 % hinter den Werten aus dem Vorjahr zurück. Von den Werbeumsatzrückgängen im Publikumszeitschriftenmarkt waren nahezu alle Gattungen betroffen, insbesondere aber die aktuellen Illustrierten (-19,0 %), die Wirtschaftspresse (-35,6 %), IT-/Telekommunikationszeitschriften (-26,0 %), monatliche Frauenzeitschriften (-13,9 %) sowie die Motorpresse (-15,0 %). Umsatzzuwächse konnten lediglich die Ge-

sundheits- und Elternzeitschriften (+0,5 %) auf sich vereinigen. Auch bei den Publikumszeitschriften gilt eine deutlich schlechtere Entwicklung der Nettowerbeerlöse.

Im **Online-Markt in Deutschland** (klassische Bannerwerbung, ohne Suchwortvermarktung und Affiliate) stiegen die Bruttowerbeerlöse (ohne Medienwerbung) laut Nielsen Media Research im Berichtsjahr um 10,4 % auf € 1,5 Mrd. Jegliche Formen von erlösmindernden Rabatten sind auch in diesen Daten unberücksichtigt, sodass sich die tatsächliche Entwicklung wesentlich ungünstiger darstellt. Schätzungen des Online-Vermarkterkreises (OVK) sehen den Online-Werbemarkt 2009 bei einem Nettowachstum von 2 bis 3 %. Die werbestärkste Branche im Internet blieb im Jahr 2009 der Sektor Online-Dienstleistungen mit einem Bruttowerbevolumen von € 234,3 Mio. (-10,9 %). Die Umsatzausweitung bei den klassischen Online-Bannerformaten wurde in erster Linie durch die Branchen Handel, Körperpflege, Kfz, Touristik, Textilien und Bekleidung sowie EDV erzielt. Das Wachstum der klassischen Online-Werbung verlangsamte sich jedoch insgesamt gegenüber den Vorjahren. Erstmals seit der Erfassung der Online-Werbung im Jahr 2003 gingen in den Monaten Juni (-1,7 %) und August 2009 (-7,2 %) die Werbeinvestitionen sogar zurück. Unter Berücksichtigung der Affiliate-Netzwerke und der Suchwortvermarktung ermittelte der OVK ein Brutto-Online-Werbeproduktvolumen für das Gesamtjahr 2009 von insgesamt € 4,1 Mrd. (+12 %).

Das **Werbefernsehen** in Deutschland verzeichnete 2009 laut Nielsen Media Research einen Anstieg der Bruttowerbeumsätze zum Vorjahreszeitraum um 2,6 % (ohne Medienwerbung) auf € 8,74 Mrd. Während die privaten TV-Programme ihren Bruttowerbeumsatz um 3,2 % auf € 8,39 Mrd. ausweiten konnten, mussten die öffentlich-rechtlichen Fernsehanbieter einen Rückgang ihrer Werbeeinnahmen um 10,3 % auf € 342,1 Mio. hinnehmen.

Im **Hörfunk** erhöhten sich die Bruttowerbeumsätze (ohne Medienwerbung) um 2,1 % auf € 1,16 Mrd. Während die öffentlich-rechtlichen Anbieter eine Zunahme der Bruttowerbeinvestitionen um 8,3 % erreichten, lag das Werbevolumen der privaten Programme nahezu auf

Vorjahresniveau (-0,1 %). Auch bei den elektronischen Medien spiegelt sich die zunehmende Entkopplung von Brutto- und Nettoentwicklung nicht in den Zahlen wider.

In den **Auslandsmärkten**, auf denen Axel Springer mit eigenen **Printaktivitäten** vertreten ist, fielen die Nettowerbeaufwendungen in den Zeitungen und Zeitschriften (inklusive Rubrikenanzeigen) nach der aktuellen Prognose von ZenithOptimedia im Jahr 2009 durchgängig zurück – zum Teil sogar mit zweistelligen Veränderungsdaten.

Print-Werbekonjunktur 2009 (Auswahl)

Veränderung des Nettowerbevolumens ggb. Vj.	Zeitungen	Zeitschriften
Deutschland	-6,0 %	-19,3 %
Polen ¹⁾	-20,5 %	-14,3 %
Schweiz ²⁾	-7,1 %	-9,0 %
Ungarn	-18,5 %	-13,5 %
Frankreich	-8,0 %	-19,1 %
Spanien ¹⁾	-25,0 %	-28,5 %
Russland ³⁾		-54,3 %
Tschechische Republik ²⁾	-14,0 %	-11,7 %

Quelle: Prognose nach ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecasts 2009.

¹⁾ Exklusive Rubriken.

²⁾ Bruttowerbevolumen, exklusive Rubriken.

³⁾ Printmedien gesamt.

Geschäfts- und Ertragsentwicklung Konzern

Akquisitionen, Desinvestitionen und strategische Partnerschaften

Im Geschäftsjahr 2009 hat Axel Springer sein Medienportfolio noch stärker crossmedial aufgestellt. Bei den inländischen Zeitungen und Zeitschriften wurden Randaktivitäten veräußert, während bei den internationalen Printmedien eine Reorganisation in Polen sowie die Erweiterung des Geschäfts in Russland im Vordergrund standen. Im Segment Digitale Medien wurde vor allem in Marktplätze und erfolgsbasiertes Online-Marketing investiert, wobei die Aktivitäten auf den wichtigen britischen Markt ausgeweitet wurden.

Zeitungen National

Im ersten Halbjahr 2009 haben wir das Regionalzeitungsportfolio auf die Märkte Hamburg und Berlin fokussiert und um Minderheitsbeteiligungen bereinigt. Bereits im Frühjahr 2009 veräußerte die Axel Springer AG ihre Beteiligungen an der Leipziger Volkszeitung (50 %), den Lübecker Nachrichten (49 %) und den Kieler Nachrichten (24,5 %) sowie den Anteil an der norddeutschen Verlagsholding Hanseatische Verlags-Beteiligung (23 %) an die Verlagsgruppe Madsack, Hannover. Vom Kaufpreis in Höhe von insgesamt € 275 Mio. wurden € 125 Mio. zu Beginn des zweiten Quartals gezahlt. Die restliche Kaufpreissumme ist verzinslich gestundet und wird im Zeitraum 2011 bis 2016 in regelmäßigen Raten zur Zahlung fällig. Gleichzeitig mit dem Verkauf der Beteiligungen an die Verlagsgruppe Madsack übernahmen die Lübecker Nachrichten den Anteil von Axel Springer an der Ostsee-Zeitung in Rostock (50 %) zu einem Kaufpreis von € 35 Mio.

Im August 2009 wurde der Verkauf des Titels Elmshorner Nachrichten an den Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag vollzogen. Dieser hat zudem im April 2009 die Minderheitsbeteiligung am Pinneberger Tageblatt (23,44 %) übernommen.

Im Dezember veräußerte Axel Springer schließlich die Minderheitsbeteiligung (14,5 %) am Westfalen-Blatt an die Zeitungsgruppe Dr. Ippen. Der Verkauf wurde im Januar 2010 vollzogen.

Zeitschriften National

Im Segment Zeitschriften National haben wir im Juli 2009 die Frauen- und Musiktitel neu geordnet. Die Jugendtitel der Axel Springer Mediahouse München (Popcorn und Mädchen) und die Frauenzeitschrift Jolie wurden an die Vision Media GmbH mit Sitz in München und der 50 %-Anteil an Family Media GmbH & Co KG an die 2ME Holding AG Basel/Schweiz veräußert. Bereits im Januar 2009 hatten wir Yam! als reine Online-Jugendmarke positioniert und die Printausgabe eingestellt.

Die beiden großen verbleibenden Frauenzeitschriften BILD der FRAU und FRAU von HEUTE bilden künftig gemeinsam mit den Programmzeitschriften die neue Verlagsgruppe Programm- und Frauenzeitschriften. Die Musiktitel ROLLING STONE, MUSIKEXPRESS und

METAL HAMMER wurden der WELT-Gruppe zugeordnet und verlagerten in diesem Zusammenhang ihre Redaktionen von München nach Berlin.

Die Axel Springer Financial Media GmbH veräußerte im Mai 2009 ihr monatliches Unternehmermagazin MARKT und MITTELSTAND und fokussiert sich seitdem im Printbereich auf EURO sowie EURO am SONNTAG.

Print International

Wichtigste Veränderung bei den internationalen Printmedien war der im Oktober 2009 vollzogene Erwerb einer 49%-Beteiligung an Infor Biznes Sp. z o.o., einem Tochterunternehmen des polnischen Wirtschaftsverlags Infor PL. Bereits im September wurde die Tageszeitung DZIENNIK mit der von Infor Biznes herausgegebenen Gazeta Prawna zu einer neuen Qualitätszeitung samt attraktivem Online-Angebot zusammengeführt. Die neue DZIENNIK GAZETA PRAWNA verbessert die Marktchancen von Axel Springer im wettbewerbsintensiven Umfeld.

Axel Springer Russia hat seine Stellung im russischen Markt mit dem Erwerb sämtlicher Anteile von G+J Russland weiter ausgebaut. Das gesamte Portfolio von G+J Russland einschließlich der etablierten Printtitel GEO, GALA BIOGRAFIA, GEO TRAVELLER und GEOLENOK wird künftig in Lizenz vertrieben. Ebenfalls dazu gehören diverse Online-Angebote, so beispielsweise das Eltern-Portal moi-roditeli.ru oder die Lifestyle-Webseite moizvezdi.ru. Die Transaktion steht noch unter Kartellvorbehalt.

Digitale Medien

Bei den Internet-Marktplätzen haben wir unsere Position ausgebaut. Anfang September 2009 stockte Axel Springer den Anteil an StepStone ASA, Oslo/Norwegen, durch Aktienzukäufe von 33,26 % auf 52,77 % auf. Durch weitere Zukäufe, im Wesentlichen im Rahmen eines öffentlichen Übernahmeangebots und der Einleitung eines Squeeze-outs, verfügte Axel Springer zum Bilanzstichtag über 100 % der Anteile. StepStone betreibt Online-Stellenbörsen in 13 europäischen Ländern und ist damit einer der führenden Anbieter in diesem Segment. Zudem ist StepStone einer der weltweit führenden Anbieter von Talent-Management-Software.

Auch im erfolgsbasierten Online-Marketing wurden die Aktivitäten im Berichtsjahr wesentlich verstärkt. Mit Wirkung zum Oktober 2009 erwarben Axel Springer und PubliGroupe über eine gemeinsame Zwischenholding (Anteil von Axel Springer: 52,5 %) 50,1 % der Anteile an der Digital Window Ltd., London/Großbritannien, einem der führenden Anbieter von erfolgsabhängigem Online-Marketing in Großbritannien. Durch die Vereinbarung von Call- und Put-Optionen besteht die Möglichkeit eines sukzessiven Erwerbs der übrigen noch von den Gründern gehaltenen Anteile. Digital Window ergänzt die Aktivitäten von zanox vor allem unter regionalen Gesichtspunkten hervorragend. Die Akquisition in Großbritannien, dem größten europäischen Markt für diese Dienstleistungen, eröffnet die Chance auf beschleunigtes internationales Wachstum und die gemeinsame Weiterentwicklung des Geschäftsmodells.

Darüber hinaus hat Axel Springer gemeinsam mit PubliGroupe, Lausanne/Schweiz, die Rahmenbedingungen für die strategische Weiterentwicklung von zanox festgelegt. zanox verbleibt unter gemeinsamer Führung der Gesellschafter Axel Springer und PubliGroupe (47,5 %), wobei Axel Springer mit 52,5 % die Mehrheit hält. Umsatz und Ergebnis von zanox werden daher auch weiterhin vollständig in die Konsolidierung des Axel Springer Konzerns einbezogen.

Im November 2009 wurde mit der Doğan Sirketler Grubu Holding A.S. (DH), der Muttergesellschaft der Doğan-Gruppe, vor dem Hintergrund mehrerer steuerlicher und regulatorischer Verfahren gegen Unternehmen der Doğan-Gruppe eine Vereinbarung getroffen, die die Garantien und Schutzrechte von Axel Springer hinsichtlich der Beteiligung an der Fernsehtochter Doğan TV Holding A.S. (DTV), Istanbul/Türkei, verbessert. Unter anderem garantiert die DH nunmehr für sämtliche Ansprüche gegen die Doğan Yayin Holding A.S. (DYH), Istanbul/Türkei, aus der bis 2016 verlängerten Wertsicherungsklausel. Das gerichtliche Verfahren der DTV wegen Steuerforderungen und -strafen von rund € 2,2 Mrd. ist bislang in erster Instanz anhängig. Das regulatorische Verfahren der Medienbehörde RTÜK gegen die DTV und verschiedene Tochtergesellschaften wurde allerdings im Januar 2010 unbefristet ausgesetzt. In einem erstinstanzlichen Urteil hat ein Gericht die von

den türkischen Finanzbehörden gegen die DYH erhobenen Forderungen von ca. € 425 Mio. kürzlich in Höhe von ca. 90 % für ungerechtfertigt erklärt. Anfang Februar 2010 wurde in diesem Verfahren zudem gerichtlich die Freigabe von Vermögenswerten angeordnet, die vom türkischen Fiskus als Sicherheit eingefroren worden waren.

Die DYH hat auf der Grundlage der Vereinbarung vom November 2009 im Januar 2010 eine Kapitalerhöhung bei der DTV um rund € 196,4 Mio. durchgeführt, die Beteiligung von Axel Springer hat sich dadurch von 25,0 % auf zunächst 22,1 % reduziert. Eine weitere Kapitalerhöhung um rund € 188,0 Mio. ist vertraglich vorgesehen; im Anschluss daran wird Axel Springer mit 19,9 % an der DTV beteiligt sein.

Die im November 2008 geschlossenen Verträge über den Erwerb einer Beteiligung an der DYH in Höhe von mindestens 9,1 % und die Reduzierung unserer Beteiligung an der DTV auf 19,9 % waren aufgrund der beschriebenen Verfahren nicht vollzogen worden. In der Vereinbarung vom November 2009 war vorgesehen, dass Axel Springer eine Beteiligung in Höhe von 29 % an der DYH erwirbt. Voraussetzung für den Erwerb war dabei u. a. aber eine erfolgreiche außergerichtliche Beilegung des DTV-Steuerverfahrens. Da das Verfahren nunmehr bei Gericht anhängig ist, ist eine Voraussetzung für die Verpflichtung zum Vollzug entfallen. Die DH und Axel Springer befinden sich jedoch weiterhin im Dialog über die Beteiligung von Axel Springer an der DYH.

Bündelung der Kompetenzen

Ergänzend zur aktiven Steuerung des Medienportfolios lag der Schwerpunkt auf der Bildung übergreifender redaktioneller Kompetenzzentren im Segment Zeitschriften National sowie der Zentralisierung der Reichweitenvermarktung.

Die sechs Programmzeitschriften verfügen seit April 2009 über eine gemeinsame Redaktion in Hamburg, seit Mai ist für BILD der FRAU und FRAU von HEUTE eine zentrale Redaktion zuständig, im Monat darauf wurden die Redaktionen von COMPUTER BILD, COMPUTER BILD SPIELE und AUDIO VIDEO FOTO BILD zusammenge-

führt. Durch die übergreifende Nutzung des redaktionellen Know-hows können die Profile der einzelnen Titel geschärft, inhaltliche Synergien genutzt und Kosten optimiert werden.

Die zentrale Vermarktungseinheit Axel Springer Media Impact hat im ersten Quartal 2009 auch die Vermarktung von computerbild.de und sportbild.de übernommen und damit das Portfolio komplettiert. Zentral vermarktet werden nun sämtliche Zeitungen und Zeitschriften samt der dazugehörigen digitalen Medien, national wie international. Die Position als größter crossmedialer Medienvermarkter Deutschlands und zugleich erste Adresse für Online-Markenwerbung wurde hierdurch gefestigt: Laut Marktstudien konnte Axel Springer Media Impact hinsichtlich der Bruttomarktanteile den Vorsprung vor Wettbewerbern vergrößern. Gegen Ende des Berichtsjahres erreichte das Unternehmen brutto mehr als 75 Mio. Zeitungs- und Zeitschriftenleser in Deutschland sowie Unique User der Content-Portale. Parallel wurde die Integration der nationalen Medienangebote in ein ganzheitliches und geschlossenes Vermarktungskonzept abgeschlossen.

Im ersten Quartal 2010 soll Axel Springer Media Impact von der ASV Direktmarketing GmbH (asdirekt), einer 100 %igen Tochtergesellschaft von Axel Springer, die telefongestützte Akquise von kleinen bis mittleren Anzeigenkunden sowie den Anzeigenservice übernehmen. Bei asdirekt, die künftig der WELT-Gruppe, der BERLINER MORGENPOST und dem HAMBURGER ABENDBLATT zugeordnet wird, verbleibt im Wesentlichen die direkte Abonnentenbetreuung. Durch diese stärkere Anbindung an die Marktbereiche steigern wir die Schlagkraft der Direktvermarktung in allen Vertriebskanälen und erzielen Effizienz- und Qualitätsvorteile in der Abonnentenbetreuung.

Innovation und Produktentwicklung

Axel Springer hat im Geschäftsjahr 2009 sein Produkt- und Servicespektrum erneut ausgebaut und auf diese Weise sein Geschäftsmodell weiterentwickelt. Schwerpunkte waren die Entwicklung neuer Werbeformate, die Verzahnung von Print- und Online-Medien sowie die Konzeption von Bezahlinhalten bei digitalen Medien.

Innovative Werbeformate

Aufbauend auf dem äußerst erfolgreichen Werbeformat „Volksprodukte“, das im November 2009 zum 100. Mal durchgeführt wurde, hat Axel Springer Media Impact Anfang 2010 das neue Format „Familienprodukte“ gestartet. Dabei werden ausgewählte Produkte im Rahmen einer gemeinsamen Aktionsvermarktung crossmedial – in der BILD am SONNTAG und weiteren reichweitenstarken Publikationen der BILD-Familie – beworben. Das neue Vermarktungsangebot ist von den Anzeigenkunden sehr gut angenommen worden.

Bereits in der ersten Jahreshälfte 2009 wurde darüber hinaus erstmals ein erfolgsbasiertes Vergütungssystem für die Anbieter von Konsumgütern mit hoher Umschlagshäufigkeit (sogenannte Fast Moving Consumer Goods) vorgestellt, das auf Anheb auf hohe Akzeptanz im Markt gestoßen ist. Der Anzeigenpreis orientiert sich dabei an den messbaren Vertriebsfolgen der Schaltungen.

In enger Zusammenarbeit mit BILD und Bild.de hat Axel Springer Media Impact zudem das innovative, in der Fachwelt stark beachtete Format des „User-generated Advertising“ geschaffen. Im Rahmen der Aktion „BILD Dir Deine Werbung“ wurden Leser, Künstler und Werbeprofis aufgefordert, die nächste Werbekampagne für BILD zu gestalten. In der Redaktion gingen über 10 Tsd. Einsendungen ein, deren Qualität die Erwartungen deutlich übertraf. Die besten Ideen wurden prämiert und schon kurz darauf im Marketing eingesetzt. Das Format soll auch künftig umgesetzt und ausgewählten Werbekunden angeboten werden.

Die strategischen Partnerschaften, etwa im Bereich der Bewegtbild- oder Regionalvermarktung, wurden ausgebaut, die Bruttomarktanteile gesteigert.

Seit Jahresmitte 2009 nutzt Axel Springer Media Impact überdies die von auFeminin.com entwickelte Smart-AdServer-Technologie. Damit können wir den Kunden eine schnelle und intuitive Programmierung ihrer Werbekampagnen unter Einsatz innovativer Video- und Rich-Media-Formate bieten.

Für das erfolgsbasierte Online-Marketing hat zanox im laufenden Jahr die Webservices gestartet. Diese ermöglichen einen verbesserten Zugriff auf das Partnernetzwerk sowie die Web-Infrastruktur und unterstützen so die Umsetzung innovativer Modelle zur Monetarisierung von Internetangeboten. Zwei Wettbewerbe, in deren Rahmen innovative Applikationen und Tools für die Web-Services-Schnittstelle entwickelt werden sollten, fanden außerordentlich starke Resonanz. Zahlreiche Ideen wurden mittlerweile in die Tat umgesetzt. Auf dem im Juni eröffneten zanox Application Store, einer B2B-Innovationsplattform, können Entwickler ihre Applikationen live präsentieren und Werbetreibende hierdurch neue, vielversprechende Tools nutzen.

Weiterentwicklung der Medienformate

Aktuelle Trends im Leser- und Nutzerverhalten haben wir zeitnah aufgegriffen und – unterstützt durch fundierte Marktforschung – neue Formate entwickelt und bestehende Publikationen angepasst. Besonders erwähnenswert sind bei den Printmedien

- Ein Pilotprojekt zum Vertrieb von BILD im handlichen Tabloid-Format. Dieses Format wurde im S-Bahn-Bereich von München eingesetzt und stieß auf reges Interesse bei Lesern, Händlern und Fachmedien. Das Angebot richtet sich vornehmlich an junge Leser und Pendler und soll im Geschäftsjahr 2010 optimiert werden.
- Die Markteinführung von HÖRZU WISSEN, einem hochwertigen Magazin in zweimonatlicher Erscheinungsweise, das Themen aus den Bereichen Natur und Umwelt, Gesundheit, Geschichte und Wissenschaft seriös, spannend und glaubwürdig aufbereitet.
- AUTO BILD KLASSIK, unser Spezialist für Old- und Youngtimer, der wegen des großen Leserinteresses ab dem Jahr 2010 von vierteljährlicher auf zweimonatliche Erscheinungsweise umstellt.
- Der Launch von BEOBACHTER NATUR, einem viermal jährlich erscheinenden Magazin, das sich an naturinteressierte Leser in der Schweiz richtet. Aufgrund der positiven Reaktion von Lesern und Anzeigenkunden wird ab 2010 auf eine fast monatliche Erscheinungsweise (zehn Ausgaben im Jahr) umgestellt.

Viele Neuerungen gab es zudem bei den Digitalen Medien. Hervorzuheben sind hier

- **Ausbau und Personalisierung der Inhalte auf Bild.de.** Unter dem Motto „BILD Dir Dein Bild.de“ können Nutzer seit Mai 2009 Nachrichten von Bild.de individuell zusammenstellen und auf ihrer eigenen Homepage einbinden. Das Bewegtbildangebot wurde erweitert: Zu jeder großen Nachricht wird jetzt auch ein selbst produziertes, redaktionelles Video bereitgestellt. Zudem hat Bild.de sein Angebot an innovativen Videoformaten – u. a. über ein neues Kinoportal – weiter ausgebaut und stellt zusätzlich in Kooperation mit computerbild.de und autobild.de Software-Downloads und ein Auto-Video-Channel zur Verfügung.
- **Die intensive Verzahnung mit Social Networks im deutschsprachigen Internet.** So sind unsere Portale seit dem dritten Quartal mit Nachrichten auf Facebook, Twitter und XING vertreten und bieten einen täglichen Newsletter an.
- **Die erstmalige Auflage des fast 300 Seiten starken Saisonhefts von transfermarkt.de zum Start der Fußballbundesliga-Saison im September 2009.** Das Nachschlagewerk zeigt, dass Crossmedia bei Axel Springer keine Einbahnstraße von Print in Richtung Online ist, sondern auch umgekehrt Web-Content seinen Weg in die Kioske finden kann.
- **Die Einführung neuer Content-Portale im Ausland.** In Polen starteten das Studentenportal und Online-Karrierezentrum students.pl sowie ein Ableger von auFeminin.com, oFeminin.pl. In der Schweiz haben wir das auf Basis von finanzen.net komplett überarbeitete Anlegerportal stocks.ch neu lanciert. Der im zweiten Quartal gestartete elektronische Programm-Guide tele.ch bietet komfortable Suchfunktionen und alle Programmtipps der Printausgabe.

Etablierung kostenpflichtiger Premium-Angebote

Axel Springer hat in der Verlagsbranche eine Vorreiterrolle für die Einführung und Entwicklung kostenpflichtiger Premium-Angebote im Internet eingenommen. In der zweiten Jahreshälfte 2009 führten im Rahmen unserer

Premiurnitiative mehrere inländische Zeitungen innovative, kostenpflichtige Angebote für das iPhone und für das Internet ein, die den Nutzern attraktive Inhalte, Funktionalitäten und Services bei einfacher Handhabung und Abrechnung bieten.

Seit Dezember 2009 stehen neu entwickelte iPhone-Applikationen von BILD und WELT als exklusive Abo-Modelle zum Download bereit. Mit ihrer einzigartigen Benutzerführung schöpfen sie das Leistungsspektrum der Geräte optimal aus und gehen weit über das bestehende, frei verfügbare Angebot von BILD.de und WELT ONLINE hinaus. So lassen sich beispielsweise die Printausgaben von BILD und WELT KOMPAKT bereits am Vorabend im PDF-Format lesen. Die Apps sind sehr erfolgreich gestartet: Anfang 2010 zählten wir bereits mehr als 100 Tsd. Downloads. Bereits seit dem dritten Quartal steht „Mein Klub Premium“ zur Verfügung: Fußballfans erhalten über ihr iPhone individualisierte und aktuelle Informationen über die Erste und Zweite Bundesliga. Ebenfalls im dritten Quartal 2009 ging der „Bild.de Super-Manager“ live: Hier kämpfen bereits über 100 Tsd. Fußballmannschaften um Punkte. Zusätzlich zum werbefinanzierten Kinoportal bietet Bild.de unter videothek.bild.de eine Bezahlversion an. Ebenfalls kostenpflichtig ist WELT am SONNTAG eMag, das neue Digitalmagazin von Deutschlands größter Qualitätssonntagszeitung. Es bietet multimedial aufbereitete Geschichten aus allen Ressorts in hochwertiger Optik. Der Premium-Newsletter WELT LAGE wartet mit einer digitalen Presseschau samt direkten Links zu Nachrichten und Kommentaren aus Medien und Blogs auf.

Die Internetplattformen von BERLINER MORGENPOST und HAMBURGER ABENDBLATT bieten seit Dezember 2009 neben kostenfreien Inhalten auch kostenpflichtige Premiuminhalte an. Die überwiegend lokalen und regionalen redaktionellen Inhalte sind, ebenso wie die Online-Archive, seitdem für Nichtabonnenten nur noch gegen Bezahlung erhältlich.

bz-berlin.de ist seit dem vierten Quartal ebenfalls mit einer Premiumapplikation im iTunes Store präsent. Mit dem neuen Mobilangebot sind alle News, Berichte und Fotogalerien von Berlins größter Zeitung jederzeit und überall abrufbar. Über die „Floating Navigation“ wird der

exakte Aufenthaltsort des Users bestimmt; so kann er gezielt durch einzelne Bezirke navigieren und rund um die Uhr die passgenauen lokalen News abrufen.

Crossmediale Verzahnung

Die Verzahnung der Zeitungen und Zeitschriften mit den Digitalen Medien haben wir im Berichtsjahr weiter vorangetrieben. So haben BILD und BILD am SONNTAG ihre Redaktionen über alle Ressorts medienübergreifend räumlich integriert. Zusätzlich wurden 250 BILD-Reporter mit einer Minikamera für das Einfangen von Online-Bewegtbildern ausgestattet.

Weiteres Beispiel ist die BERLINER MORGENPOST: Im Juli startete das Portal den im integrierten Newsroom erstellten Newsletter „Berlin am Morgen“, der an jedem Werktag einen Blick über das Berliner Stadtleben gibt. In Zusammenarbeit mit immonet.de haben BERLINER MORGENPOST und HAMBURGER ABENDBLATT im dritten Quartal 2009 die crossmediale Vermarktung von Immobilienanzeigen gestartet. Online-Inserate und Zeitungsanzeigen können als reichweitenstarke und zugleich günstige Kombination gebucht werden.

Weiteres Element ist die Vernetzung der digitalen Medien untereinander. Beispiele sind die im Jahr 2009 intensivierte Zusammenarbeit zwischen sportbild.de und transfermarkt.de oder die Kooperation von computerbild.de mit dem Online-Spiele-Anbieter gamigo.de.

Schließlich haben wir auch hinsichtlich der Verzahnung von Programmmedien mit digitaler TV-Navigation einen Meilenstein erreicht. Die neue selbstlernende Software watchmi.tv von Axel Springer Digital TV nimmt als Plug-in für das Windows Media Center nach individuellen Vorlieben Sendungen auf und organisiert sie in persönlichen TV-Kanälen. Hierdurch ermöglicht der Dienst eine hochgradig personalisierte Werbung und eröffnet so neue Erlösquellen. Die in der Schweiz verlegten TV-Zeitschriften haben in Kooperation mit Axel Springer Digital TV ihren gemeinsamen Internetauftritt erneuert und um einen neuen elektronischen Programm-Guide ergänzt.

Auszeichnungen

Die Innovationskraft und die exzellente journalistische Qualität unserer Medien wurden auch im Jahr 2009 durch zahlreiche Auszeichnungen und Awards bestätigt.

WELT am SONNTAG wurde beim diesjährigen Wettbewerb „Best of Newspaper Design“ von der amerikanischen „Society of News Design“ für herausragende Leistungen bei Design, Grafik und Foto als „World’s Best Designed Newspaper“ ausgezeichnet. Zusätzlich erhielt Deutschlands führende sonntägliche Qualitätszeitung für die Serie „Kinderleicht“, die komplexe Wirtschafts- und Finanzthemen kindgerecht aufbereitet, den diesjährigen „Herbert Quandt Medien-Preis“. WELT KOMPAKT wurde mit dem „World Young Reader Prize 2009“ der World Association of Newspapers für wegweisende redaktionelle Strategien geehrt. Eine weitere Auszeichnung: Der integrierte Newsroom der WELT-Gruppe/BERLINER MORGENPOST zählt seit Februar 2009 als zukunftsweisende Entwicklung in der Medienlandschaft zu den „ausgewählten Orten“ im Rahmen der Standortinitiative „Land der Ideen“. Zusätzlich gab es für die WELT-Gruppe den „Cross-Media-Award 2009“ des Weltverbands WAN-IFRA für die international beste Crossmedia-Kampagne von Zeitungshäusern.

Die BERLINER MORGENPOST konnte sich beim „Best of Newspaper Design“ ebenfalls sehr gut platzieren und erhielt sechs „Awards of Excellence“, insbesondere für Gestaltung und Konzeption der Wochenbeilage BERLINER ILLUSTRIRTE. Die Redaktion der BERLINER MORGENPOST wurde gleich zweimal prämiert: Für eine außergewöhnliche Reportage verlieh der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger den begehrten „Theodor-Wolff-Preis“, für eine Artikelserie gab es den „Deutschen Lokaljournalistenpreis“ der Konrad-Adenauer-Stiftung. Die WELT erhielt für ihre Verbraucherseiten den Medienpreis der AachenMünchener Versicherung. Zusätzlich wurden Redakteure mit unterschiedlichen Journalistenpreisen geehrt.

Das HAMBURGER ABENDBLATT erhielt den „World Young Reader Prize 2009“ für sein Jugendprojekt „Lese-ecke“, in dessen Rahmen Schulen kostenlose Abonnements von sogenannten Abo-Paten erhalten. Zusätzlich

zeichnete das Reporter Forum eine beispielhafte Lokalreportage mit dem „Deutschen Reporterpreis 2009“ aus.

Wichtige Awards erhielten wir auch für die Zeitschriften im In- und Ausland. Ende März 2009 wählten Deutschlands Spitzensportler SPORT BILD erneut zur besten Sportfachzeitschrift. Hierfür erhielt die Zeitschrift bereits zum dritten Mal in Folge den angesehenen „HERBERT-Award“ in Gold. In Frankreich wurde das zweiwöchentlich erscheinende Kochmagazin VIE PRATIQUE GOURMAND vom französischen Verlegerverband ausgezeichnet, während der russische Pressevertriebsverband unsere Publikationen FORBES, NEWSWEEK und COMPUTER BILD als „Press Leader 2009“ in ihrem jeweiligen Marktsegment würdigte.

Im Bereich Digitale Medien zählen immonet.de, StepStone, zanox und Digital Window zu den Preisträgern. immonet.de errang beim größten Internet-User-Award im deutschsprachigen Raum als beliebteste Webseite in der Kategorie „Geld und Karriere“ den „OnlineStar 2009“. Zusätzlich wurde der Marktplatz für seine innovative Radiokampagne und bei der Wahl zur „Website des Jahres“ als bestes Immobilienportal ausgezeichnet.

StepStone platzierte sich mit seiner Solutions-Sparte beim Ranking der 500 besten Software-as-a-Service-Anbieter (SaaS) auf einem hervorragenden sechsten Platz und war damit die am besten bewertete Gesellschaft in Europa. Die deutsche Webseite stepstone.de gewann bereits zum zweiten Mal in Folge die Wahl zum besten Karriereangebot beim Publikumspreis „Website des Jahres“.

zanox wurde durch das Branchenorgan iBusiness der Titel „Bestes Affiliate Netzwerk“ verliehen. Zudem gehört zanox für das Technologieportal TechCrunch zu den zehn innovativsten Internetunternehmen Europas. Der internationale Erfolg von zanox spiegelt sich u. a. in der Top-Ten-Platzierung beim amerikanischen Affiliate-Networks-Ranking des „Website Magazines“ wider. In einem Vergleichstest von Internet World erhielt das Angebot von zanox die Bestnote. Besonders hervorgehoben wurde die hohe Qualität der an die werbetreibenden Unternehmen vermittelten Kontakte und Transaktionen.

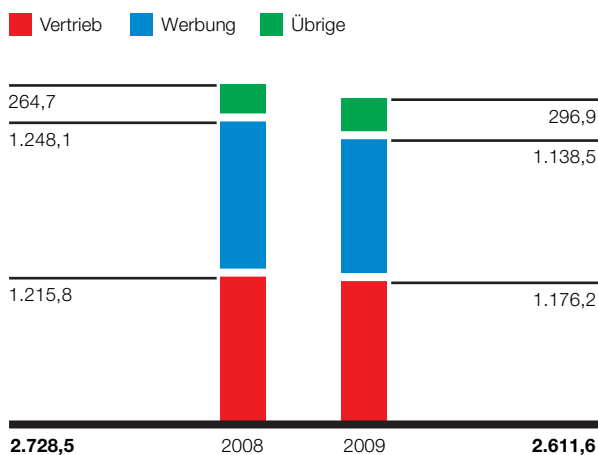
Digital Window wurde bei den a4u Awards 2009 zum dritten Mal in Folge als „Innovative Network of the Year“ und „Publisher's Choice of Network“ ausgezeichnet.

Ertragsentwicklung

Trotz der rezessiven Entwicklung hat sich Axel Springer – gemessen am Wettbewerbsumfeld – in seinen wesentlichen Absatzmärkten gut behauptet. Die **Umsatzerlöse** blieben mit € 2.611,6 Mio. um 4,3% hinter dem Vorjahreswert (€ 2.728,5 Mio.) zurück; bereinigt um Konsolidierungseffekte betrug der Umsatzrückgang 5,6%. Um Wechselkurseffekte bereinigt reichte der Konzernumsatz bis auf 3,1% an den Vorjahreswert heran. Die Gesamterlöse wurden vor allem durch die Abwertung osteuropäischer Währungen belastet.

Umsatzerlöse

in Mio. €

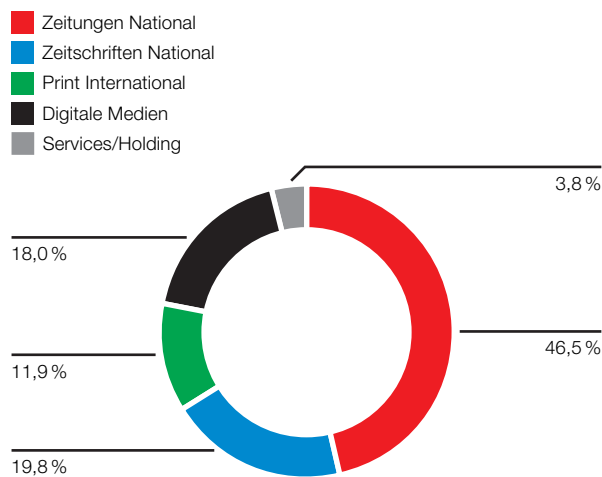


Die **Vertriebserlöse** nahmen um 3,3% auf € 1.176,2 Mio. ab (Vj.: € 1.215,8 Mio.) und machten damit 45,0% der Gesamterlöse aus. Die Auflagenrückgänge konnten dank der starken Marktstellung unserer Printmedien durch selektive Erhöhungen von Copypreisen teilweise kompensiert werden. Bei den inländischen Zeitungen haben die Vertriebserlöse den Vergleichswert 2008 sogar leicht übertroffen, während die ausländischen Printmedien einen deutlichen Rückgang der Vertriebserlöse hinnehmen mussten.

Die **Werbeerlöse** verringerten sich auf Jahressicht um 8,8 % auf € 1.138,5 Mio. (Vj.: € 1.248,1 Mio.). Ihr Anteil an den Gesamterlösen lag damit bei 43,6 %. Die Printmedien entwickelten sich mit einem Rückgang von 17,9 % erwartungsgemäß schwächer und reflektieren damit die stark ausgeprägte Zurückhaltung der Anzeigenkunden im In- und Ausland. Die Werbeerlöse der digitalen Medien zeigten dagegen ein starkes Wachstum der Werbeerlöse um 24,1 %.

Die **übrigen Erlöse** summierten sich auf € 296,9 Mio. und lagen damit gegenüber dem Vorjahreswert (€ 264,7 Mio.) um 12,2 % im Plus. Neben einem leichten organischen Wachstum von 1,9 % ist der Anstieg vorrangig auf Konsolidierungseffekte – vor allem die erstmalige Einbeziehung von StepStone und die ganzjährige Berücksichtigung von gamigo – zurückzuführen.

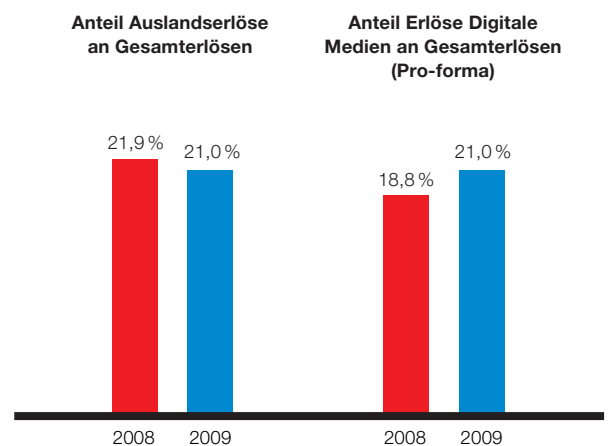
Umsatz 2009 nach Segmenten



Bei Betrachtung der **Segmentumsätze** haben die inländischen Printmedien mit einem Umsatzrückgang von 5,0 % bei den Zeitungen und 8,2 % bei den Zeitschriften besser abgeschnitten als die ausländischen Printmedien, die einen Umsatzrückgang von 23,9 % verzeichneten. Mit einem fast unveränderten Anteil von 46,5 % an den Gesamterlösen (Vj.: 46,8 %) war das Segment Zeitungen National weiterhin der mit Abstand wichtigste Umsatzträger im Konzern. Die digitalen Medien zeigten ein starkes Wachstum von 24,4 %.

Die **Pro-forma-Erlöse Digitale Medien** summierten sich auf € 569,0 Mio. (Vj.: € 543,5 Mio.). Damit stieg der Anteil an den Gesamterlösen auf 21,0 % (Vj.: 18,8 %). Sie enthalten Erlöse von im Laufe der Jahre 2008 und 2009 erworbenen Gesellschaften auf Basis ungeprüfter Finanzinformationen, vor allem von StepStone und Digital Window sowie gamigo.

Anteil Auslandserlöse und Erlöse Digitale Medien



Aufgrund der ungünstigen Währungseffekte und besonders ausgeprägter Marktbelastungen in Osteuropa haben sich die **Auslandserlöse** überproportional verringert: um 8,2 % auf € 547,6 Mio. (Vj.: € 596,8 Mio.). Ihr Anteil am Konzernumsatz ging damit von 21,9 % im Vorjahr auf 21,0 % zurück. Unter der Annahme konstanter Wechselkurse fiel der Erlösrückgang in unseren Auslandsmärkten mit 2,7 % etwas moderater aus.

Die im Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) enthaltenen **Gesamtaufwendungen** erhöhten sich um 0,8 % auf € 2.383,5 Mio. (Vj.: € 2.365,2 Mio.). Der Anstieg ist auf die Einbeziehung von StepStone (insbesondere Personalaufwand) und Digital Window (insbesondere Materialaufwand) zurückzuführen.

Ohne Akquisitionseffekte liegen die Gesamtaufwendungen unter Vorjahr. Hier zeigt sich, dass Axel Springer auch im Jahr 2009 ein effizientes Kostenmanagement betrieben hat. Im Gesamtaufwand enthalten sind Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von € 74,9 Mio. (Vj.: € 29,2 Mio.). Darüber hinaus haben wir im vierten Quartal 2009 zusätzliche Investitionen in die Marken BILD und WELT getätigt.

Der **Materialaufwand** ging im Jahresvergleich von € 945,4 Mio. auf € 886,4 Mio. zurück. Die Abnahme um 6,2 % wurde in erster Linie durch die verringerten Printauflagen und, daraus resultierend, einen niedrigeren Herstellungsaufwand und Papierverbrauch hervorgerufen. Ein gegenläufiger Effekt ergab sich durch das organische und anorganische Wachstum im erfolgsbasierten Online-Marketing. Die Materialaufwandsquote bewegte sich mit 33,9 % leicht unter dem Vergleichswert 2008 (34,6 %).

Der deutliche Anstieg des **Personalaufwands** um 9,6 % auf € 791,9 Mio. (Vj.: € 722,5 Mio.) spiegelt zum einen den Sondereffekt umfangreicher Aufwendungen für Sozialpläne und Altersteilzeitregelungen, zum anderen die erstmalige Einbeziehung neuer Tochtergesellschaften wider. In diesem Zuge erhöhte sich die durchschnittliche Mitarbeiterzahl von 10.666 im Vorjahr auf 10.740.

Die **Abschreibungen** betragen € 92,4 Mio., das waren 17,6 % weniger als im Vorjahr (€ 112,1 Mio.). Der Vergleichswert 2008 war im Segment Zeitschriften National durch außerplanmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte (Titelrechte) in Höhe von € 25,7 Mio. beeinflusst. Ohne Berücksichtigung dieses Effekts haben sich die Abschreibungen insbesondere durch Effekte aus Kaufpreisallokationen der erstmalig im Berichtsjahr einbezogenen Unternehmen leicht erhöht.

Das **sonstige betriebliche Ergebnis** weist einen negativen Saldo von € –634,5 Mio. (Vj.: € –611,8 Mio.) auf. Die sonstigen betrieblichen Erträge umfassen im Berichtsjahr neben einer Vielzahl einzeln unwesentlicher Positionen Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen (€ 9,1 Mio.)

sowie Erträge aus der Kirch-Insolvenz (€ 7,6 Mio.). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit € 705,1 Mio. ebenfalls konsolidierungsbedingt leicht über dem Vorjahreswert von € 697,3 Mio. Größte Positionen waren Versand- und Portokosten sowie Werbekosten.

Das **Beteiligungsergebnis** in Höhe von € 212,1 Mio. enthält im Wesentlichen den Gewinn aus der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen sowie außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen. Der Vorjahreswert in Höhe von € 407,8 Mio. beruhte in erster Linie auf dem Gewinn aus der Veräußerung der Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG sowie auf außerplanmäßigen Abschreibungen auf Finanzanlagen. Um diese Sondereffekte bereinigt belief sich das Beteiligungsergebnis auf € 21,7 Mio. (Vj.: € 33,1 Mio.).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich deutlich von € –61,5 Mio. im Vorjahr auf € –25,0 Mio. Wesentlicher Einflussfaktor war ein Ertrag von € 9,4 Mio. (Vj.: Aufwand von € 27,8 Mio.) aus der Zeitwertbewertung der von den Gesellschaftern H&F Rose Partners, L.P. und H&F International Rose Partners, L.P. gewährten Call-Optionen auf den Erwerb von Aktien der Axel Springer AG. Zudem haben wir Finanzverbindlichkeiten zurückgeführt und den zur Verfügung stehenden Kreditrahmen im Durchschnitt des Berichtszeitraums weniger stark in Anspruch genommen als im Vorjahr (s. Seite 76).

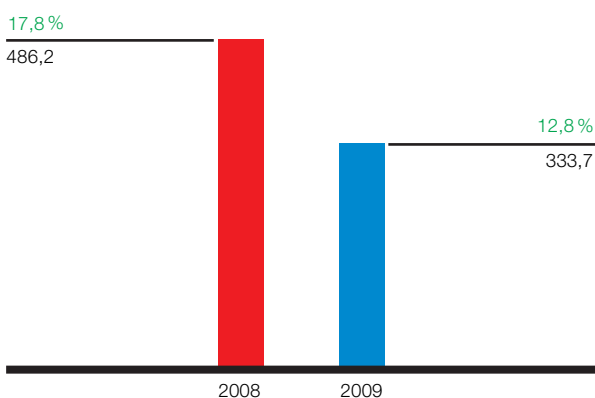
Auf **Steuern vom Einkommen und Ertrag** entfielen im laufenden Jahr € 83,8 Mio. (Vj.: € 117,2 Mio.). Daraus errechnet sich eine Steuerquote von 21,1 % (Vj.: 17,0 %).

Die zentrale finanzielle Steuerungsgröße von Axel Springer, das um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen bereinigte Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (**EBITDA**), belief sich im Berichtsjahr auf € 333,7 Mio. und lag damit erwartungsgemäß deutlich unter dem Vorjahreswert (€ 486,2 Mio.). Darin enthalten sind Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von € 74,9 Mio. (Vj.: € 29,2 Mio.) sowie im Vorjahresvergleich höhere Marketingaufwendungen.

EBITDA

in Mio. €

■ EBITDA-Rendite in %



Der **Konzernüberschuss** lag bei € 313,8 Mio. (Vj.: € 571,1 Mio.). Hieraus errechnet sich ein verwässertes Ergebnis je Aktie in Höhe von € 10,19 (Vj.: € 18,54). Beide Werte enthalten wesentliche nicht operative Effekte. Im aktuellen Jahr war dies der Gewinn aus der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen (€ 214,4 Mio.) und im Vorjahr der Gewinn aus der Veräußerung des Anteils an der ProSiebenSat.1 Media AG (€ 438,3 Mio.). Weitere nicht operative Faktoren betreffen außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen (2009: € –20,5 Mio.; Vj.: € –63,5 Mio.), Effekte aus Kaufpreisallokationen (2009: € –26,7 Mio.; Vj.: € –46,5 Mio.), Erträge aus der Kirch-Insolvenz (2009: € 7,6 Mio.; Vj.: € 6,2 Mio.), die Neubewertung der H&F-Optionen (2009: € 9,4 Mio.; Vj.: € –27,8 Mio.) sowie sonstige Effekte (2009: € –13,5 Mio.; Vj.: € –0,5 Mio.). Auf diese Effekte entfallen Steuern in Höhe von € 9,5 Mio. (Vj.: € –10,4 Mio.). Bereinigt um die nicht operativen Effekte summierte sich der Konzernüberschuss auf € 152,6 Mio. (Vj.: € 254,5 Mio.). Auf Basis des gewichteten Durchschnitts der ausgegebenen Aktien 2009 ging das bereinigte verwässerte Ergebnis je Aktie von € 8,55 auf € 5,13 zurück.

Geschäfts- und Ertragsentwicklung Segmente**Zeitungen National**

Im sehr schwierigen deutschen Werbe- und Pressevertriebsmarkt haben sich unsere Zeitungen insgesamt gut behauptet. Trotz der niedrigeren Marketingbudgets konnten sie die Einbußen – von den Rubrikenmärkten abgesehen – in Grenzen halten. Auflagenzahlen und Reichweiten entwickelten sich gemessen am Marktumfeld vergleichsweise stabil. Die führende Position im deutschen Zeitungsmarkt haben wir festigen können.

BILD, Europas größte Tageszeitung, hat inmitten der Wirtschafts- und Finanzkrise seine wirtschaftliche und publizistische Stärke in besonderer Weise unter Beweis gestellt. Bei einer durchschnittlich verkauften Auflage von 3,2 Mio. konnte BILD die Reichweite auf dem hohen Vorjahresniveau von 11,6 Mio. Lesern halten (alle Angaben zu Reichweiten nach ma 2010 Pressemedien I, außer im Fall abweichender Angaben). Unterstützt hat dabei die im März 2009 gestartete Imagekampagne, in der Prominente aus Politik, Sport, Kultur und Entertainment ihre unzensurierte Meinung über BILD zum Ausdruck bringen. Laut interner Marktforschung hat sich durch die Kampagne das Markenbild hinsichtlich Akzeptanz und Sympathie deutlich verbessert. Vor allem dank des Erfolgs abverkaufsorientierter Kampagnen des Einzelhandels hat BILD auf dem Werbemarkt die führende Position unter den Printmedien ausgebaut. Zusätzlich konnten auf Basis des von Axel Springer Media Impact entwickelten erfolgsbasierten Vergütungssystems bereits mehrere renommierte Anzeigenkunden gewonnen werden. Auch auf der Vertriebsseite lag BILD im Plus. Die moderaten Auflagenrückgänge wurden durch den positiven Effekt aus der im Mai 2008 vorgenommenen Erhöhung des Copypreises mehr als wettgemacht.

BILD am SONNTAG behauptete mit einer durchschnittlich verkauften Auflage von 1,7 Mio. Exemplaren seine Stellung als Deutschlands reichweitenstärkste Wochenzeitung. Auch bei BILD am SONNTAG konnte der Auflagenrückgang durch den positiven Effekt aus der im Mai 2008 durchgeführten Copypreiserhöhung kompensiert werden.

Auflagen Zeitungen National

Durchschnittlich verkaufte Auflage, IVW-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
BILD	3.179.796	-3,7 %
BILD am SONNTAG	1.655.212	-3,7 %
DIE WELT/WELT KOMPAKT	266.140	-3,3 %
WELT am SONNTAG	402.541	0,1 %
HAMBURGER ABENDBLATT	238.568	-4,3 %
BERLINER MORGENPOST	144.214	-2,0 %
B.Z./B.Z. am SONNTAG	188.835	-4,6 %

Unsere Qualitätszeitung DIE WELT musste einschließlich des Tabloid-Formats WELT KOMPAKT im Geschäftsjahr 2009 nur moderate Auflagenrückgänge verkraften. Zugleich verbesserte sich die Reichweite innerhalb der entscheidenden Zielgruppen. Laut Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE 2009) erreichen DIE WELT und WELT KOMPAKT 200 Tsd. Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung. Unter Einbeziehung von WELT ONLINE und WELT am SONNTAG zählte die WELT-Gruppe zudem mehr Leser als jede andere Qualitätszeitung in Deutschland. Die crossmediale Nettoreichweite betrug laut Verbraucher-Analyse 2009-III 2,4 Mio. Leser und Nutzer. Über die im November 2009 gestartete Innovationsoffensive will WELT KOMPAKT noch stärker junge Zielgruppen in deutschen Städten ansprechen; begleitet wird dies durch eine Marketingkampagne. Zusätzlich ist WELT KOMPAKT in noch mehr Regionen im Abonnement erhältlich.

Die Kaufzeitung B.Z. hat ebenso wie die B.Z. am SONNTAG im Berichtsjahr an Auflage eingebüßt. Mit durchschnittlich 188,8 Tsd. verkauften Exemplaren behauptete sie aber ihre starke Marktposition im Verbreitungsgebiet Berlin-Brandenburg. Überdies konnte sie die Reichweite stabil halten und gewann auf ihrem komplett überarbeiteten Nachrichten- und Stadtportal bz-berlin.de eine Vielzahl von Nutzern hinzu. Das Anzeigenaufkommen entwickelte sich aufgrund der geringeren Abhängigkeit von

Rubrikenmärkten stabiler als bei anderen regional ausgerichteten Zeitungen.

Mit einem Rückgang der durchschnittlich verkauften Auflage um lediglich 2,0 % hat sich die BERLINER MORGENPOST im zurückliegenden Jahr besser entwickelt als das Wettbewerbsumfeld; der auch im laufenden Jahr mehrfach prämierte Qualitätsjournalismus mit regionaler Kompetenz führt zu einer starken Bindung der Leser an die Zeitung. Im Anzeigengeschäft verzeichnete die BERLINER MORGENPOST mit ihrem umfangreichen Immobilien-, Stellen- und Reisemarkt analog zum Markttrend bei Rubrikanzeigen einen deutlichen Rückschlag; ein ähnliches Bild zeigte sich beim HAMBURGER ABENDBLATT. Das HAMBURGER ABENDBLATT entsteht seit dem Umzug im Juli 2009 in einem der modernsten Newsrooms Europas; Print- und Online-Redaktion arbeiten unmittelbar multimedial zusammen. Die im dritten Quartal 2009 gestartete Zusammenarbeit von BERLINER MORGENPOST und HAMBURGER ABENDBLATT mit immonet.de ist erfolgreich angelaufen; im vierten Quartal wurden bereits jeweils 15 % der Immobilienanzeigen als reichweitenstarke crossmediale Kombination gebucht.

Kennzahlen Zeitungen National

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Außenumsatz	1.213,7	1.277,6	-5,0 %
Anteil am Konzernumsatz	46,5 %	46,8 %	
Vertriebs Erlöse	631,8	625,8	1,0 %
Werbeerlöse	548,0	623,4	-12,1 %
Übrige Erlöse	33,9	28,3	19,6 %
EBITDA	243,8	348,9	-30,1 %
EBITDA-Rendite	20,1 %	27,3 %	

Der Umsatz des Segments Zeitungen National reichte mit € 1,213,7 Mio. bis auf 5,0 % an den Vergleichswert 2008 (€ 1,277,6 Mio.) heran. Die Vertriebs Erlöse summierten sich auf € 631,8 Mio. und übertrafen den Vorjahreswert (€ 625,8 Mio.) um 1,0 %. Ausschlaggebend waren die positiven Effekte aus den Copypreiserhöhun-

gen im Jahr 2008 bei BILD, BILD am SONNTAG und B.Z. sowie Copy- und Abpreiserhöhungen im Jahr 2009 bei den Objekten der WELT-Gruppe und den Regionalmedien HAMBURGER ABENDBLATT und BERLINER MORGENPOST. Die Werbeerlöse waren durch die ausgeprägte Zurückhaltung der Anzeigenkunden beeinträchtigt und verringerten sich um 12,1 % auf € 548,0 Mio. (Vj.: € 623,4 Mio.). Überdurchschnittlich fiel der Rückgang bei den Regionalzeitungen aus, die stärker von Rubrikanzeigen abhängig sind; dieses Marktsegment wurde durch die Rezession besonders stark in Mitleidenschaft gezogen. Dagegen zählte BILD dank des Erfolgs abverkauforientierter Formate im gegenwärtigen Marktumfeld zu den Gewinnern und konnte fast die Werbeerlöse des Vorjahres erreichen.

Das EBITDA des Segments fiel mit € 243,8 Mio. wie erwartet deutlich hinter den Vorjahreswert von € 348,9 Mio. zurück. Für die Abnahme um 30,1 % waren in erster Linie die rückläufigen Werbeerlöse verantwortlich. Darüber hinaus wirkten sich Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von € 50,4 Mio. aus (Vj.: € 18,7 Mio.). Das Beteiligungsergebnis bewegte sich mit € 4,8 Mio. ebenfalls deutlich unter dem Vorjahreswert (€ 19,9 Mio.), da nach dem Verkauf der Minderheitsbeteiligungen an Regionalzeitungen deren Ergebnisbeiträge wegfielen. Das im vierten Quartal intensivierte Marketing für BILD und WELT belastete das Ergebnis zusätzlich. Die EBITDA-Marge lag trotz der höheren Belastungen bei 20,1 % (Vj.: 27,3 %).

Zeitschriften National

Die Auflagen und Reichweiten unserer Zeitschriften haben sich insgesamt stabiler entwickelt als die der Konkurrenztitel, sodass bei fast allen großen Segmenten Marktanteile gewonnen werden konnten. Bei einer nur leicht rückläufigen Zahl der verkauften Exemplare erreichten unsere Zeitschriften mehr Leser als im Vorjahr. Unsere Marktposition als drittgrößter Zeitschriftenverlag in Deutschland haben wir so festigen können. Auf der anderen Seite haben die deutlichen Einbußen am deutschen Markt für Publikumszeitschriften auch bei unseren Zeitschriften Spuren hinterlassen. Die Zurückhaltung der Werbekunden führte über fast alle Gattungen hinweg zu rückläufigen Anzeigenverkäufen. Vor dem Hintergrund der rückläufigen Erlöse haben wir Maßnahmen zur Effizienzsteigerung ergriffen und insbesondere Redaktionen

zusammengeführt (s. Seite 56). Hierdurch haben die Zeitschriften National ihre Wettbewerbsfähigkeit mit Blick auf künftige Geschäftsjahre wesentlich verbessert.

Auflagen Zeitschriften National

Durchschnittlich verkaufte Auflage, IVW-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
TV DIGITAL	1.760.054	-13,6 %
HÖRZU	1.431.060	-1,4 %
FUNK UHR	632.828	-6,5 %
BILDWOCHE	179.205	-10,2 %
TV NEU	128.987	-12,6 %
BILD der FRAU	1.017.192	-0,4 %
FRAU von HEUTE	194.683	-19,4 %
COMPUTER BILD	683.048	-5,3 %
COMPUTER BILD SPIELE	260.561	-6,9 %
AUDIO VIDEO FOTO BILD	169.080	-15,6 %
AUTO BILD	617.175	0,2 %
AUTO TESTS	217.663	0,6 %
AUTO BILD ALLRAD	64.134	-2,6 %
AUTO BILD SPORTSCARS	65.574	1,3 %
SPORT BILD	473.831	-1,5 %
EURO	152.362	-12,5 %
EURO am SONNTAG	98.888	-11,3 %
ROLLING STONE	56.378	5,9 %
MUSIKEXPRESS	53.558	5,0 %
METAL HAMMER	46.997	2,7 %

Die **Programm- und Frauenzeitschriften** haben ihre Marktposition im hochpreisigen Segment ausgebaut. Die Reichweite der 14-täglich erscheinenden TV DIGITAL erhöhte sich binnen Jahresfrist leicht auf 3,1 Mio. Leser. Der Ausbau der Reichweite konnte trotz des beim führenden Anbieter im deutschen Bezahlfernsehen Ende 2008 durchgeführten Wechsels im Verschlüsselungssystem

realisiert werden. Unverändert ist TV DIGITAL die auflagenstärkste Programmzeitschrift im Hochpreissegment und zugleich die Nummer eins für das digitale Fernsehen.

HÖRZU, Deutschlands Nummer eins unter den wöchentlichen Programmzeitschriften, entwickelte sich mit einem Auflagenminus von lediglich 1,4 % weitaus besser als andere hochpreisige Wettbewerbsmedien. Trotz eines leichten Reichweitenrückgangs erreicht HÖRZU damit weiterhin mehr Leser als jedes andere wöchentliche Programmmagazin in Deutschland. Beigetragen zur stabilen Entwicklung hat die Beilage HÖRZU DIGITAL, die das Programm von 58 Digitalsendern enthält. Das neu gestartete Wissensmagazin HÖRZU WISSEN hat sich von Beginn an sehr gut entwickelt.

Die verkaufte Auflage von BILD der FRAU hielt sich mit einem knappen Minus von 0,4 % über der Grenze von 1 Mio. Exemplaren – angesichts des weiterhin harten Verdrängungswettbewerbs im Segment der Frauenmedien ein bemerkenswerter Erfolg. Der Vorsprung vor der Konkurrenz konnte damit nochmals ausgebaut werden. Auch in puncto Reichweite hat BILD der FRAU ihre klare Marktführerschaft bestätigt; gemäß ma 2010 Pressemedien I erreichte sie 5,8 Mio. Leserinnen, fast so viele wie vor einem Jahr. FRAU von HEUTE profitierte von der integrierten Redaktion mit BILD der FRAU und dem dort entwickelten neuen inhaltlichen und grafischen Konzept. Die verkaufte Auflage lag zwar deutlich unter dem Vorjahreswert, konnte sich aber im Jahresverlauf erholen.

Unsere **Computer-, Auto- und Sportzeitschriften** zeigen auf Jahressicht ein uneinheitliches Bild: Während die großen Autozeitschriften die durchschnittlich verkaufte Auflage sogar leicht ausbauen konnten, konnte der Vorjahreswert bei den Sportmedien nicht ganz gehalten werden; die Computerzeitschriften wiesen in dieser Verlagsgruppe die deutlichsten Rückgänge auf.

COMPUTER BILD verteidigte trotz der rückläufigen Auflage mit großem Vorsprung die führende Marktposition. Auch COMPUTER BILD SPIELE und die komplett überarbeitete AUDIO VIDEO FOTO BILD blieben die Nummer eins in ihren jeweiligen Spezialsegmenten.

Die Autozeitschriften von Axel Springer haben vergleichsweise gut abgeschnitten und gegen den Markttrend eine leichte Auflagensteigerung erreicht. AUTO BILD, laut Untersuchung von TNS Emnid Deutschlands beliebteste und bekannteste Autozeitschrift, lag mit 0,2 % im Plus. Die im März 2009 vorgenommene Ausweitung des Umfangs um acht Seiten bei leicht erhöhtem Copypreis kam bei den Lesern ebenso gut an wie die neue Beilage AUTO BILD MOTORSPORT. Mit 617,2 Tsd. durchschnittlich verkauften Exemplaren steigerte AUTO BILD den Vertriebsmarktanteil auf 57,7 % und blieb mit deutlichem Abstand zur Nummer zwei Europas größte Autozeitschrift. Besonders hohe Auflagen und Anzeigenaufkommen erreichten die multimediale Ausgabe zur Internationalen Automobil-Ausstellung im September – realisiert gemeinsam mit autobild.tv – sowie die Berichterstattung rund um den Preis „Das Goldene Lenkrad“ im November 2009, der erstmals in Kooperation mit BILD am SONNTAG und europäischen Schwesterblättern aus 25 Ländern vergeben wurde.

AUTO TEST, der Kaufberater von AUTO BILD und Deutschlands führende monatliche Autozeitschrift, konnte Auflage und Marktanteil ebenso steigern wie AUTO BILD SPORTSCARS, das Monatsmagazin für Lifestyle und sportliche Autos. AUTO BILD ALLRAD, Europas größte Allrad-Zeitschrift, konnte trotz leicht gesunkener Auflage ihre Marktführerschaft ausbauen. AUTO BILD KLASSIK, unser Spezialist für Old- und Youngtimer, stellt wegen des großen Leserinteresses ab dem Jahr 2010 von vierteljährlicher auf zweimonatliche Erscheinungsweise um.

SPORT BILD hat die Auflagenzahlen nach deutlichen Rückgängen in den ersten sechs Monaten 2009 in der zweiten Jahreshälfte mit einem neuen Heftkonzept stabilisieren können. Starke Verkaufszahlen erreichten u. a. die beliebten Sonderhefte zum Start der Bundesliga und der Champions League. Auf Jahressicht blieb die durchschnittlich verkaufte Auflage von Europas größtem Sportmagazin mit 473,8 Tsd. um 1,5 % hinter dem Vorjahr zurück.

Für unsere **Wirtschaftspublikationen** waren die Rahmenbedingungen aufgrund der Finanz- und Kapitalmarktentwicklung besonders schwierig. Ähnlich wie Konkur-

rentztitel mussten das Monatsmagazin EURO und die wöchentliche Wirtschafts- und Finanzzeitung EURO am SONNTAG jeweils mehr als 10 % Auflagenverlust hinnehmen.

Die Werbeerlöse unserer Finanz- und Börsenportale wurden durch die belastete Kapitalmarktsituation im Berichtsjahr beeinträchtigt. Die Axel Springer Financial Media hat auf der Kostenseite unmittelbar reagiert und strukturelle Anpassungen vorgenommen. Zu den Maßnahmen zählte auch die Vereinbarung von Kurzarbeit bei den Printobjekten über einen Zeitraum von vier Monaten.

Unsere Musikzeitschriften haben durchgängig gut abgeschnitten. ROLLING STONE, MUSIKEXPRESS und METAL HAMMER verkauften jeweils mehr Exemplare als im Vorjahr. Die ROLLING STONE-Redaktion erhielt durch ihren Umzug nach Berlin und die Nähe zur WELT-Gruppe neue thematische Impulse und überzeugte ihre Leser überdies mit exklusiven Beigaben. Belohnt wurde dies mit einem Auflagenplus von 5,9 %.

Kennzahlen Zeitschriften National

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Außenumsatz	517,8	564,1	-8,2 %
Anteil am Konzernumsatz	19,8 %	20,7 %	
Vertriebserlöse	358,8	373,6	-4,0 %
Werbeerlöse	140,2	176,0	-20,3 %
Übrige Erlöse	18,8	14,5	29,5 %
EBITDA	55,0	88,8	-38,1 %
EBITDA-Rendite	10,6 %	15,7 %	

Die Gesamterlöse im Segment Zeitschriften National lagen mit € 517,8 Mio. um 8,2 % unter dem Vorjahreswert (€ 564,1 Mio.). Die Vertriebserlöse sanken um 4,0 % auf € 358,8 Mio. (Vj.: € 373,6 Mio.). Bereinigt um Entkonsolidierungseffekte im Zusammenhang mit dem Verkauf von Jolie und den Jugendzeitschriften Mädchen und Popcorn sowie dem Sondereffekt durch die Einstellung von Yam! betrug der Rückgang 2,4 %. Die Rückgänge bei Programm- und Computerzeitschriften konnten durch

höhere Erlöse bei Auto- und Sportmedien, die auch auf Preiserhöhungen zurückzuführen sind, zum Teil aufgeholt werden. Die Werbeerlöse blieben mit € 140,2 Mio. um 20,3 % hinter dem Vorjahr (€ 176,0 Mio.) zurück. Die prozentual kräftigsten Einbußen verzeichneten die Wirtschaftspublikationen, deren Erlöse aus dem Anzeigengeschäft sich in etwa halbierten. Doch auch die Computer- und Sportzeitschriften mussten überdurchschnittliche Rückgänge verkraften. Besser schnitten die Programm- und Frauenmedien ab.

Ein großer Teil des Erlösrückgangs von € 46,3 Mio. wurde durch konsequentes Kostenmanagement kompensiert. Gleichzeitig gingen fokussierte Maßnahmen zur Effizienzsteigerung mit höheren Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von € 16,9 Mio. (Vj.: € 5,3 Mio.) einher. In Summe nahm das EBITDA um 38,1 % auf € 55,0 Mio. (Vj.: € 88,8 Mio.) ab. Die EBITDA-Marge lag bei 10,6 % (Vj.: 15,7 %).

Print International

Auf den Pressevertriebs- und Werbemärkten im europäischen Ausland haben wir größtenteils unter sehr schwierigen Rahmenbedingungen agiert. Vor allem in Mittel- und Osteuropa sowie in Spanien kam es aufgrund der extremen Zurückhaltung von Werbekunden zu einem scharfen Rückgang der Anzeigenumsätze. Von den Einbrüchen, die durch negative Währungseffekte nochmals verstärkt wurden, waren auch die Printtitel von Axel Springer betroffen und haben hierauf mit umfassenden Kostensenkungsmaßnahmen reagiert.

Auflagen Polen (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, ZKDP-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
FAKT	466.563	-5,8 %
NEWSWEEK ¹⁾	112.020	-8,9 %
DZIENNIK GAZETA PRAWNA ²⁾	107.760	-

¹⁾ Quelle: ZKDP, Januar bis November 2009 ggb. Januar bis November 2008.

²⁾ Quelle: ZKDP, September bis Dezember 2009. Joint Venture mit Infor Biznes.

In **Polen** ist die Wirtschaftskrise mit voller Wucht auf den Werbemarkt durchgeschlagen; überdies gingen die Verkaufszahlen an den Kiosken und im Abonnement zurück. In hohem Maße betroffen waren die polnischen

Tageszeitungen. Nach deutlichen Einbußen bei unserer Qualitätszeitung DZIENNIK im ersten Halbjahr 2009 ging im September die vom Joint Venture Infor Biznes herausgegebene DZIENNIK GAZETA PRAWNA an den Start. Mit ihrer starken Gewichtung von Kommentaren, Analysen und Expertenmeinungen hat sie auf Anhieb eine Auflage von durchschnittlich 107,8 Tsd. (September bis Dezember 2009) und damit die dritte Position unter den meinungsführenden Blättern erreicht (alle Angaben für den polnischen Markt nach ZKPD). Die Kaufzeitung FAKT konnte ihren Marktanteil, gemessen an der verkauften Auflage, bei über 30 % halten und blieb damit die größte Tageszeitung in Polen.

Die polnischen Computer-, Auto- und Sporttitel von Axel Springer hielten ihren Vertriebsmarktanteil ebenfalls annähernd auf Vorjahresniveau. KOMPUTER ŚWIAT (die polnische Ausgabe von COMPUTER BILD) behauptete sich trotz herber Auflagenverluste als Polens reichweitenstärkste Computerzeitschrift. AUTO ŚWIAT – das polnische Pendant zu AUTO BILD – blieb mit einer durchschnittlich verkauften Auflage von 106,7 Tsd. (-3,8 %) das bestverkaufte wöchentliche Automagazin in Polen, während es die im März 2009 gestartete Lizenzausgabe von AUTO BILD ALLRAD bereits auf durchschnittlich 23,3 Tsd. verkaufte Exemplare brachte. Unsere Sportzeitung PRZEGLAD SPORTOWY stabilisierte die Auflage bei 57,6 Tsd. und konnte hinsichtlich der Werbeseiten die beste Entwicklung unter den polnischen Tageszeitungen erreichen. Die Lizenzausgabe von FORBES war eine der wenigen Zeitungen in Polen mit Aufwuchs. Die durchschnittlich 45,3 Tsd. verkauften Exemplare machen FORBES zum größten Business-Magazin im polnischen Markt.

Auflagen Schweiz (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, WEMF-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
BEOBACHTER	308.527	-0,5 %
TELE	144.214	-0,3 %
HANDELSZEITUNG	43.940	-2,8 %

In der **Schweiz** hat die Wirtschaftskrise die Entwicklung des Werbemarkts ebenfalls abgebremszt; allerdings fielen

die Einbußen nicht so gravierend aus wie in den europäischen Nachbarländern. In diesem vergleichsweise stabilen Umfeld ist Axel Springer auf Erfolgskurs geblieben. Die Werbeerlöse reichten zwar auf Jahressicht nicht an den Vergleichswert 2008 heran, zeigten sich jedoch im vierten Quartal zumindest bei den Wirtschaftsmedien wieder etwas erholt.

Der alle zwei Wochen erscheinende BEOBACHTER, die größte schweizerische Publikumszeitschrift, erreichte 933,0 Tsd. Leser, 2,5 % mehr als im ersten Halbjahr 2009 (MACH-Basic 2009-2); die gemäß WEMF festgestellte Auflage reichte mit 308,5 Tsd. bis auf 0,5 % an den Vorjahreswert heran. Dank inhaltlicher und optischer Überarbeitung wurden zahlreiche neue Leser überzeugt und die Auflagenverluste hielten sich in engen Grenzen; auch die Anzeigenerlöse entwickelten sich dank der Einführung von BEOBACHTER NATUR gegen den Markttrend stabil. Zusätzlich hat die Konsumenten- und Beratungszeitschrift aus der Vermarktung von Finanz- und Versicherungsprodukten Erlöse über dem Vorjahr erzielt. Hervorzuheben ist das Versicherungsangebot „Beobachter Assistance“, für das sich mehr als ein Viertel der Abonnenten entschied. Aufgrund des großen Interesses von Lesern und Inserenten erscheint der 2009 neu herausgegebene und klimaneutral gedruckte Spezialtitel BEOBACHTER NATUR ab 2010 statt viermal nun zehnmal im Jahr und ist zudem auch im Abonnement erhältlich. Mit den Programmzeitschriften TELE, TV STAR, TV2 und TV4 ist Axel Springer Schweiz auch in diesem Segment klarer Marktführer; die Auflage war insgesamt leicht rückläufig, doch konnte die führende Schweizer TV-Illustrierte TELE ihre Verkaufszahlen halten. Bei den Wirtschaftstiteln konnten sowohl die BILANZ als auch die HANDELSZEITUNG laut MA-Leader 2009 die mit Abstand höchste Zahl an Führungskräften in der Schweiz erreichen.

Auflagen Ungarn (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, MATESZ-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
KISKEGYED	198.260	-2,1 %
TVR-HÉT	182.783	-14,3 %
GLAMOUR	56.998	-0,4 %

In **Ungarn** war die Marktschwäche besonders ausgeprägt. Vor allem der Werbemarkt war wegen der extremen Kaufzurückhaltung spürbar belastet. Als größter Verlag des Landes war Axel Springer von dieser Entwicklung naturgemäß stark betroffen. Vor allem das regionale Anzeigengeschäft tendierte deutlich schwächer. In der überregionalen Reichweitenvermarktung sowie im Vertriebsmarkt fielen die Rückgänge geringer aus.

Über eine exponierte Marktstellung verfügen wir weiterhin im Segment der Frauenmedien. KISKEGYED, die reichweitenstärkste klassische Frauenzeitschrift in Ungarn, hielt die Auflage bei 198,3 Tsd. – ein Rückgang von nur 2,1 % (alle Reichweiten gemäß Szonda Ipsos/GFKHungária und Auflagenzahlen nach MATESZ-Angaben). Positiv wirkte sich neben dem neuen grafischen Konzept eine im September 2009 gestartete Werbekampagne aus, die im Einzelverkauf ein deutliches Absatzplus zur Folge hatte. Das im Pocketformat erscheinende Styleguide-Magazin GLAMOUR war von den Auflagenrückgängen im Markt ebenfalls unterdurchschnittlich betroffen. TVR-HÉT zählte trotz des Auflagenminus von 14,3 % weiterhin zu den zwei größten Programmzeitschriften des Landes; insgesamt summierte sich der Vertriebsmarktanteil der Programmmedien von Axel Springer auf über 65,8 %. Die Regionalzeitungen konnten aufgrund von Copypreiserhöhungen den Rückgang ihrer Vertriebslöse zum großen Teil auffangen.

Auflagen Frankreich (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, Unternehmensangaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
TELE MAGAZINE	350.685	-2,7 %
VIE PRATIQUE GOURMAND	198.805	7,7 %
AUTO PLUS ¹⁾	296.059	-5,5 %

¹⁾ EMAS: Joint Venture mit Mondadori.

In **Frankreich** verlegt Axel Springer zehn Zeitschriften im Programm-, Frauen- und im Automobilsegment. Mit dieser Spezialisierung hat sich Axel Springer France vom schwierigen Marktumfeld abgekoppelt und im Vertriebsmarkt seinen Wachstumskurs fortgesetzt. Das zweiwöchentlich erscheinende Food-Magazin VIE PRATIQUE GOURMAND steigerte im Berichtsjahr (jeweils Zeitraum Juli 2008 bis Juni 2009) die Leserzahl um 21,0 % und

überschritt die Grenze von 1 Mio. Die wöchentliche Fernsehzeitschrift TELE MAGAZINE erreichte ebenfalls mehr als 1 Mio. Leser. Bei den Autozeitschriften haben wir das Portfolio ausgebaut. Das Joint Venture Editions Mondadori Axel Springer (EMAS) S.E.N.C., an dem Axel Springer France 50 % der Anteile hält, brachte im Januar 2009 die neue Zeitschrift AUTO PLUS OCCASIONS heraus, die Inhalte rund um den Gebrauchtwagenmarkt anbietet und damit das redaktionelle Angebot des Marktführers AUTO PLUS – der französischen Variante von AUTO BILD – ergänzt. Im Oktober erwarb das Joint Venture zusätzlich das 14-täglich erscheinende AUTO JOURNAL und das Monatsmagazin SPORT AUTO und stärkte mit dem dadurch ergänzten Portfolio seine Position als führender Anbieter von Automobilmedien in Frankreich.

Auflagen Spanien (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, OJD-Angaben	2009 ¹⁾	Veränderung ggb. Vj.
COMPUTER HOY	75.888	-17,1 %
HOBBY CONSOLAS	67.065	-14,4 %
PERSONAL COMPUTER	62.751	-18,1 %

¹⁾ Quelle: OJD, April 2008 bis März 2009 ggb. April 2007 bis März 2008.

In **Spanien** wurde Axel Springer von den gravierend verschlechterten Rahmenbedingungen für Medienunternehmen in Mitleidenschaft gezogen. Die Zeitschriften des Verlags verloren deutlich an Auflage und konnten trotz einer leichten Stabilisierung im zweiten Halbjahr nicht annähernd an die Werbeerlöse des Vorjahres anknüpfen. Gleichwohl hat Axel Springer España die führende Marktposition bei Computer- und wöchentlichen Autozeitschriften verteidigt. COMPUTER HOY, die spanische COMPUTER BILD, blieb die auflagenstärkste PC-Zeitschrift im spanischen Markt. Auch bei den Computer- und Videospiele-Zeitschriften erreichte Axel Springer in Spanien nach wie vor die höchste Gesamtauflage. Im Zuge einer Portfoliobereinigung wurden das Spielmagazin Computer Hoy Juegos und die Computerzeitschrift PC Today zum Jahresende 2009 eingestellt. AUTO BILD ESPAÑA festigte seine führende Marktposition bei den wöchentlichen Autozeitschriften. AUTO BILD CLASSIC und AUTO BILD SPORTSCARS, gestartet im ersten Quartal 2009, haben in ihren Spezialmärkten ebenfalls bereits Top-Positionen erreicht.

Auflagen Russland (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, Unternehmensangaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
FORBES	78.678	-9,2 %
COMPUTER BILD	73.191	-1,7 %
NEWSWEEK	33.399	-4,7 %

In **Russland** haben sich Auflagenzahlen und Reichweiten unserer Zeitschriften in einem außerordentlich schwierigen Marktumfeld insgesamt erfreulich entwickelt. COMPUTER BILD steigerte trotz geringer Auflagenverluste seine Reichweite (TNS Media, NRS). FORBES konnte trotz rückläufiger Verkaufszahlen ebenfalls wesentlich mehr Leser an sich binden und ist das meistzitierte Business-Magazin Russlands. Im Zeitraum Mai bis Oktober 2009 erreichte FORBES durchschnittlich 820 Tsd. Leser, rund 15 % mehr als im Vorjahr. Die neue Beilage FORBES WOMAN, erstmals im September 2009 und künftig viermal jährlich veröffentlicht, startete mit einem erfreulich hohen Anzeigenvolumen. NEWSWEEK büßte gegenüber dem Vorjahr lediglich 4,7 % der verkauften Auflage ein. Das Lifestyle-Magazin OK! erscheint seit dem zweiten Quartal 2009 mit 16 Seiten mehr Inhalt; die verkaufte Auflage verringerte sich im vierten Quartal im Schnitt um 6 %.

Auflagen Tschechische Republik (Auswahl)

Durchschnittlich verkaufte Auflage, ABC-Angaben	2009	Veränderung ggb. Vj.
SVET MOTORU	32.806	-4,3 %
TOP DIVKY	31.507	-13,7 %
AUTO TIP	22.686	-3,3 %

In der **Tschechischen Republik** haben sich Auflage und Anzeigenvolumen der von uns verlegten Zeitschriften marktbedingt verringert. Mit den Titeln SVET MOTORU und AUTO TIP waren wir unverändert größter Anbieter von Autozeitschriften. Der im November 2008 gestartete Allrad-Spezialtitel AUTO TIP 4x4 hat sich im Berichtsjahr erfolgreich etabliert. Im Rahmen der Portfoliobereinigung trennten wir uns von der Lizenzausgabe des Playboy.

Kennzahlen Print International

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Außenumsatz	311,7	409,8	-23,9 %
Anteil am Konzernumsatz	11,9 %	15,0 %	
Vertriebs Erlöse	185,7	216,4	-14,2 %
Werbeerlöse	113,5	177,4	-36,0 %
Übrige Erlöse	12,5	16,0	-21,8 %
EBITDA	12,3	27,8	-55,8 %
EBITDA-Rendite	3,9 %	6,8 %	

Im Segment Print International waren die konjunkturellen Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise am stärksten zu spüren. Die Gesamterlöse gingen markt- und wechselkursbedingt um 23,9 % auf € 311,7 Mio. (Vj.: € 409,8 Mio.) zurück. Zu konstanten Wechselkursen reduziert sich das Minus auf 16,3 %. In Polen, unserem wichtigsten Auslandsmarkt, fiel der Rückgang am stärksten aus. Auch Ungarn, Russland und Spanien waren stark betroffen, während Frankreich und die Schweiz nahezu an den Umsatz des Vorjahres anknüpfen konnten. Die Vertriebs Erlöse lagen mit € 185,7 Mio. um 14,2 % unter dem Vergleichswert 2008, wechselkursbereinigt betrug der Rückgang 6,3 %. Der Einbruch der Werbeerlöse um 36,0 % auf € 113,5 Mio. (Vj.: € 177,4 Mio.) spiegelt die besonders ausgeprägte Zurückhaltung der Werbekunden aufgrund der außerordentlichen konjunkturellen Belastungen im europäischen Ausland wider. Zu konstanten Wechselkursen reduziert sich der Rückgang auf 29,3 %.

Trotz der deutlichen Erlösrückgänge erreichte das Segment ein positives EBITDA in Höhe von € 12,3 Mio. (Vj.: € 27,8 Mio.). Damit konnte der überwiegende Anteil der Erlösrückgänge durch konsequentes Kostenmanagement der Landesgesellschaften kompensiert werden. Die Einsparungen betrafen nahezu alle Funktionsbereiche. Auch die Entkonsolidierung von DZIENNIK hatte positiven Einfluss auf das EBITDA. Zusätzlich wurde die Aufwandsseite durch Währungseffekte entlastet. Die EBITDA-Marge lag bei 3,9 % (Vj.: 6,8 %).

Digitale Medien

Die digitalen Medien von Axel Springer haben inmitten der Finanz- und Wirtschaftskrise ein kräftiges Wachstum erreicht. Die Erlösrückgänge der Printmedien konnten so zu einem Teil ausgeglichen werden. Vor allem bei den Marktplätzen (u. a. idealo.de und immonet.de) und in der Vermarktung (u. a. zanox) legten die Umsätze deutlich zu. Die Content-Portale haben ihre Aufwärtsbewegung ebenfalls fortgesetzt und steigerten Reichweite und Nutzerzahlen. Insgesamt erreichten unsere Online-Marken im Berichtszeitraum brutto 28,7 Mio. Nutzer (Unique Visitors), 43,4 % mehr als vor einem Jahr (Unique Visitors grundsätzlich nach comScore und Visits nach IWW, außer im Fall abweichender Angaben).

Unique Visitors/Visits der redaktionellen Online-Angebote (Auswahl)

in Tsd.	Unique Visitors 2009 ¹⁾	Veränderung ggb. Vj.	Visits 2009 ²⁾	Veränderung ggb. Vj.
Bild.de	5.821,2	63,2 %	99.682,0	58,4 %
computerbild.de	3.407,8	> 100 %	15.338,9	71,7 %
welt.de	3.300,6	6,2 %	22.093,5	12,0 %
goFeminin.de	2.987,1	54,6 %	8.946,1	54,2 %
transfermarkt.de	1.424,8	41,9 %	16.562,1	52,5 %
abendblatt.de	949,1	29,0 %	5.242,8	39,4 %
onmeda.de	905,2	94,3 %	2.574,5	57,6 %
autobild.de	794,5	20,5 %	5.064,6	16,5 %
morgenpost.de	659,6	39,2 %	2.929,8	28,9 %
hamburg.de	503,9	-3,1 %	2.396,8	10,4 %
finanzen.net	383,5	> 100 %	7.328,2	81,3 %
sportbild.de ³⁾	301,2	20,3 %	3.254,6	30,5 %
bz-berlin.de	253,5	> 100 %	1.209,9	81,0 %
bilderfrau.de ³⁾	162,1	> 100 %	477,8	25,9 %

¹⁾ Quelle: comScore.

²⁾ Quelle: IWW.

³⁾ Visits: Unternehmensangaben für Q1/2008, IWW-Angaben ab Q2/2008.

Content-Portale

Für die Online- und Mobilportale der BILD-Familie verlief das Jahr 2009 außerordentlich erfolgreich. Mit ihrem maßgeblich ausgebauten und intensiv vernetzten Informations- und Entertainmentangebot erreichten sie wesentlich mehr Online-Nutzer als im Vorjahr. Zudem setzte

sich BILD mit kostenpflichtigen Premium-Applikationen vom Start weg an die Spitze des deutschen Markts. Bild.de steigerte die Zahl der Unique Visitors um 63,2 % auf 5,8 Mio. Damit belegte Bild.de erstmals Platz eins unter allen Online-Portalen deutscher Printmedien und baute zugleich die Position als Deutschlands größtes News- und Entertainmentportal aus.

Ein wichtiger Wachstumsfaktor war der Ausbau des Bewegtbildangebots. So präsentiert Bild.de in Kooperation mit dem Bezahlsender Sky auf seinen Sportseiten unmittelbar nach dem Wochenende Videos aller Fußballbundesligaspiele. Dieses Angebot wurde ebenso stark genutzt wie der im vierten Quartal gestartete Kinokanal. Zusätzliche Nutzer gewann Bild.de u. a. durch die im ersten Quartal eingerichteten Regionalportale, deren Gesamtzahl von drei auf zwölf stieg. Die redaktionelle Vernetzung mit den Lokalredaktionen der Printausgaben funktioniert reibungslos und wurde im weiteren Jahresverlauf intensiviert. Die Vernetzung mit sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter unterstützte das Reichweitenwachstum. Die erst im Dezember 2009 eingeführte iPhone-App von BILD hat bereits in der ersten Woche den Spitzenplatz im iTunes Store erreicht; Anfang 2010 zählten wir zusammen mit der App von WELT bereits mehr als 100 Tsd. kostenpflichtige Downloads.

BILDMobil hat im Jahresverlauf stetig mehr Zulauf erhalten. Lag die Zahl der Visits im ersten Quartal 2009 noch bei 2,7 Mio., so kletterte sie im vierten Quartal auf 6,4 Mio. Im Jahresdurchschnitt wurde der Vergleichswert 2008 fast verdreifacht. Der Erfolg geht zum einen auf die Erweiterung der redaktionellen Inhalte – u. a. in Kooperation mit wallstreet:online und immonet.de – zurück. Zum anderen überzeugt der attraktive Tarif immer mehr Mobilfunknutzer; im Berichtsjahr wurden netto rund 160 Tsd. Kunden gewonnen. Hierzu trug der im Oktober eingeführte BILDMobil Speedstick bei. Der tarifgebundene UMTS-Stick ermöglicht das mobile Surfen zu günstigen Konditionen.

Das Nachrichtenportal WELT ONLINE baute mit einem Plus von 6,2 % bei den Unique Visitors sowie einem Anstieg der Visits um 12,0 % seine Stellung als meistbesuchtes Online-Angebot deutscher Qualitätszeitungen aus. Bei Betrachtung aller News-Portale lag WELT ONLINE nach

Unique Visitors unverändert auf dem dritten Rang. Unter anderem über den Launch von vier stark frequentierten Blogs sowie die Vernetzung mit Facebook, Twitter und XING gewann das Portal neue Nutzer hinzu. Die kostenpflichtigen neuen Dienste, der Newsletter WELT LAGE sowie das WELT am SONNTAG eMag sind im vierten Quartal erfolgreich gestartet. Die gleichzeitig mit der BILD-App im Dezember 2009 gestartete WELT-App erreichte ebenfalls vom Start weg einen Spitzenplatz im iTunes Store.

Seit Oktober 2009 arbeiten die Content-Portale unserer beiden Regionalzeitungen BERLINER MORGENPOST und HAMBURGER ABENDBLATT unter gemeinsamer Führung. Hierdurch können die Geschäftsmodelle aus einer Hand weiterentwickelt werden. MORGENPOST ONLINE baute auf Webseite und Mobilportal vor allem die Informationen über sowie die Navigation durch das Berliner Stadtleben aus und verbesserte die Zahl der Unique Visitors um 39,2 %. Ebenfalls deutlich – mit 29,0 % – lag abendblatt.de im Plus, das im ersten Halbjahr technisch, strukturell und redaktionell neu ausgerichtet wurde und nun zu den zehn meistfrequentierten Nachrichtenportalen in Deutschland gehört. Das bereits im Januar 2009 grundlegend überarbeitete Nachrichten- und Stadtportal der B.Z. hat die Nutzerzahlen im Jahresverlauf kontinuierlich gesteigert und in Summe nahezu verdoppelt. Die Ende Oktober gelaunchte innovative B.Z.-App für das iPhone wurde von den Usern sehr gut angenommen und entsprechend häufig gekauft.

Die Portale der inländischen Zeitschriften haben die Nutzerzahlen gegenüber dem Vorjahr fast durchgängig steigern können.

computerbild.de hat die Zahl der Unique Visitors gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt (+ 104,6 %) und die Position als zweitgrößte Technikseite für Computer, Telekommunikation und Consumer Electronics gefestigt. Wichtige Wachstumstreiber waren die intensivierte Kooperation mit Bild.de bei Spielen und Downloads sowie Preisvergleiche in Zusammenarbeit mit idealo.de.

autobild.de hat die Marktführerschaft unter den redaktionellen Autoportalen im deutschen Internet ausgebaut. So legten die Unique Visitors um 20,5 % zu, während die

Zahl der Visits um 16,5 % auf 5,1 Mio. zulegen konnte. Dazu beigetragen hat der im Mai 2009 eingerichtete eigene Premium-Channel auf YouTube. Die im dritten Quartal gestartete Zusammenarbeit mit dem markenübergreifenden Neuwagenportal autohaus24.de sowie der Autofahrer-Community carmondo.de ist gut angelaufen. Am Betreiber beider Seiten, der autohaus24 GmbH, hat sich autobild.de über den Axel Springer Auto Verlag mit 19,9 % beteiligt; bis zum Jahr 2012 kann die Beteiligung auf 50 % aufgestockt werden. Durch die Kooperation hat sich autobild.de an einem attraktiven Vertriebskanal für den Neuwagenverkauf beteiligt und erreicht eine größere Verbreitung seiner redaktionellen Inhalte.

Bei unseren Sportseiten im Internet standen die Zeichen ebenfalls auf Wachstum. An erster Stelle zu nennen ist der Erfolg des Fußballportals transfermarkt.de, das die Visits um 52,5 % auf 16,6 Mio. steigerte und Marktanteilszugewinne verzeichnete. Die Inhalte von sportbild.de werden seit November 2009 von der Sportredaktion von Bild.de verantwortet. Das Portal nutzten im Monatsdurchschnitt 301,2 Tsd. Unique Visitors, etwa ein Fünftel mehr als im Vorjahr. Vor allem durch den Ausbau des Bewegtbildangebots sowie den kostenpflichtigen Bundesligamanager konnte sportbild.de auch die Zahl der Visits steigern. Zusammengenommen belegen die sportbezogenen Internetangebote von Axel Springer im deutschen Markt den ersten Platz.

gamigo.de war auch im Jahr 2009 einer der am schnellsten wachsenden Anbieter von Online-Games (Massively Multiplayer Online Games) in Europa. Das Portfolio wurde durch die Einführung neuer Sprachversionen und den Erwerb zusätzlicher europaweiter Spiellizenzen auf mehr als zehn Spiele in sieben Sprachen ausgebaut; im Jahresverlauf verzeichnete gamigo.de mehr als 2,8 Mio. Neuanmeldungen.

auFeminin.com, das größte europäische Online-Portal für Frauen hat im abgelaufenen Jahr durchschnittlich 26,7 Mio. Unique Visitors pro Monat erreicht (comScore) – ein Zuwachs von 52,1 % gegenüber dem Jahr 2008. Bei der deutschen Tochter goFeminin.de erhöhte sich die Zahl der Visits im Jahresvergleich um 54,2 %, u. a. durch die Verzahnung mit dem ebenfalls stark gewachsenen Gesundheitsportal onmeda.de. Mit neuen Features wie

dem im zweiten Quartal eingeführten Kosmetik-Produktfinder MyBeautyCase.de wurde die inhaltliche Entwicklung weiter vorangetrieben. Seit Anfang 2010 ist goFeminin.de zusätzlich für den Betrieb und die Vermarktung von bildderfrau.de zuständig; hierdurch realisieren wir Synergien in Vermarktung, Technik und Redaktion. Die Zusammenarbeit wurde auch auf technologischer Seite verstärkt: So nutzt auch Axel Springer Media Impact seit Anfang Juli die Smart-AdServer-Technologie bei der Vermarktung des Online-Portfolios.

Den Premiumportalen finanzen.net und wallstreet:online gelang es trotz des schwachen Marktumfelds, die Zahl der Unique Visitors ebenso wie der Visits – auch dank der ausgeweiteten Zusammenarbeit mit den Printtiteln EURO und EURO am SONNTAG – kräftig zu steigern. Bei wallstreet:online hat sich die Zahl der Unique Visitors binnen Jahresfrist um 73,0% gesteigert, während finanzen.net durch das Wachstum zur reichweitenstärksten Finanzplattform in Deutschland aufstieg. Durch die verbesserte Reichweite baute Axel Springer Financial Media zugleich seine Position als größter Vermarkter für Online-Werbung im Finanzmarkt weiter aus.

SmarthouseMedia, einer der weltweit führenden Anbieter webbasierter Finanzapplikationen für Online-Broker, Finanzdienstleister und Fondsgesellschaften und zugleich Betreiber von finanzen.net, hat auch im Geschäftsjahr 2009 attraktive Kunden gewonnen.

Im europäischen Ausland blicken die Content-Portale von Axel Springer ebenfalls auf ein starkes Wachstum im Geschäftsjahr 2009 zurück. Fast durchgängig lagen Nutzerzahlen und Visits deutlich über den Vergleichswerten des Vorjahres.

In Polen wuchs das Online-Portfolio durch den Launch neuer Angebote auf 30 Webseiten an. Von besonderer Bedeutung war der Start des polnischen Portals der Online-Jobbörse StepStone, das zum Jahresende bereits 676 Tsd. Nutzer erreichte (Unique Visitors für Polen nach Gemius Traffic). Die im Sommer übernommenen Autoportale roadlook.pl und autofun.pl sowie die neu gestartete Seite autoporadnik.pl haben in kürzester Zeit eine große Nutzergemeinde aufgebaut. Im vierten Quartal 2009 summierte sich die Zahl der Unique Visitors

unserer Autoportale auf 1,1 Mio. im Monatsdurchschnitt. Im Mittelpunkt unseres Ausbaus polnischer Frauen- und Lifestyle-Portale stand die Einführung von oFeminin.pl im Dezember 2009. Gemeinsam mit den bereits gut eingeführten Portalen koktajl24.pl und w-spodnicy.pl erreichte die polnische Ausgabe von auFeminin.com im Dezember mehr als 1,4 Mio. Unique Visitors monatlich. Für das Männersegment wurden zwei neue Sportseiten ins Netz gestellt.

Auch in der Schweiz dominierten bei unseren digitalen Medien die positiven Vorzeichen. Die inhaltlich wie optisch gründlich überarbeitete Webseite beobachter.ch hat die Nutzerzahlen laut WEMF mehr als verdoppelt. Das neu aufgelegte Online-Angebot des Anlegermagazins STOCKS erreichte im Monatsdurchschnitt 2009 rund 75,0 Tsd. Unique Visitors. Ebenfalls auf erfreuliche Resonanz stieß der im zweiten Quartal lancierte elektronische Programm-Guide tele.ch. Das durch die neue Gaming-Plattform playbay.ch ergänzte Portfolio der digitalen Konzerneinheit Amiado Group erreichte im Jahresdurchschnitt nach unternehmensinternen Erhebungen 33,4% der Altersgruppe von 16 bis 34 Jahren.

In Ungarn haben die insgesamt sechs Online-Portale von Axel Springer für weibliche Internetnutzer laut webaudit die Zahl der Unique Visitors um fast 50% steigern und als aktuelle Nummer zwei Tuchfühlung zum Marktführer bei den Online-Frauenmedien aufnehmen können.

Erfolge in weiteren Auslandsmärkten komplettieren das positive Bild der Content-Portale. So platzierte sich eine der kostenpflichtigen iPhone-Apps von VIE PRATIQUE GOURMAND zeitweilig als bester Newcomer unter den zehn führenden kostenpflichtigen Applikationen in Frankreich. Im russischen Markt starteten wir das Online-Angebot forbes.ru, das aus einer integrierten Print- und Online-Redaktion heraus erstellt wird und Ende des Jahres bereits 1,5 Mio. Unique Visitors (AT Internet) erreichte. In Spanien ergänzt das neue Portal autobild.es unser umfassendes Angebot im Autosegment. In der Tschechischen Republik behauptete sich unsere Seite auto.cz als führendes Autoportal. In China erreichte das Online-Portal der dortigen Lizenzausgabe von AUTO BILD im Jahr 2009 bereits rund 1,0 Mio. Unique Visitors (Eigenangaben nach Google Analytics).

Marktplätze

Unsere Online-Rubrikenmärkte und -Marktplätze haben im Geschäftsjahr 2009 mit einem starken Erlös- und Ertragswachstum einen wichtigen Anteil am Erfolg des Segments Digitale Medien gehabt.

Die im abgelaufenen Jahr erworbene StepStone ASA ist mit europaweit rund 35 Jobportalen unverändert einer der führenden Betreiber von Online-Stellenbörsen und überdies weltweiter Anbieter von Talent-Management-Software. Das überarbeitete deutsche Portal stepstone.de war mit 1,1 Mio. Unique Visitors – einer Steigerung um 11,3% – erstmals reichweitenstärkstes Angebot unter den inländischen Jobbörsen. Zum Jahresende wurden über die Plattform knapp 30 Tsd. Stellenangebote in Deutschland offeriert; zugleich ließen sich bereits über 1,0 Mio. (Vj.: 0,7 Mio.) registrierte User über den StepStone JobAgent automatisch aktuelle Jobangebote per E-Mail zusenden.

Im Bereich der Rubrikenmärkte hat immonet.de den Objektbestand in einem schwierigen Marktumfeld mit 950 Tsd. Objekten stabil gehalten und so seinen zweiten Rang unter den deutschen Immobilienseiten untermauert. Das im Mai gestartete Mobilportal hatte daran ebenso Anteil wie die viel beachteten Marketingkampagnen unseres Immobilienspezialisten (s. Seite 60). Der führenden Position in der crossmedialen Immobilienvermarktung wurde durch die im Berichtsjahr gestartete Zusammenarbeit mit BERLINER MORGENPOST und HAMBURGER ABENDBLATT neue Impulse gegeben. Unter dem Dach eines integrierten Markenkonzepts werden die Angebote seit August 2009 aus einer Hand vermarktet und sehr eng verzahnt.

idealo.de, eine der führenden Suchmaschinen in Deutschland für Preis- und Produktvergleiche, legte bei der Zahl der vermittelten Händleranfragen gegenüber dem Vorjahr um 20,7% zu. Das Wachstum wurde insbesondere durch die Einführung neuer Produktkategorien befördert. So wurde das Angebot im europäischen Ausland u. a. durch den Start eines Reisepreisvergleichs in Portugal und Polen weiter ausgebaut. Seit August 2009 können Nutzer auf idealo.de auch den für sie günstigsten Gastarif suchen. Zusätzlich dehnte idealo.de die Suchmöglichkeiten auf Produkte außerhalb der umfassenden

idealo-Datenbank aus. Über diese offene Suche erweiterte sich das Produktangebot noch einmal erheblich.

Vermarktung

zanox blieb im gesamten Berichtsjahr auf Erfolgskurs. Insgesamt nutzten im abgelaufenen Jahr über 2.000 Werbekunden ein Netzwerk von über 1 Mio. Partnerwebseiten (Affiliates). Aufgrund des attraktiven performancebasierten Modells war das Geschäftsmodell vom weltweiten Einbruch der Werbemärkte nicht betroffen; die Erlöse legten gegenüber dem Vorjahr deutlich zu. Die Werbetreibenden nutzten die im ersten Quartal gestarteten zanax-Web-Services sowie die hierfür entwickelten Applikationen und Tools intensiv für den noch effizienteren Zugriff auf das Partnernetzwerk. Das exklusive Serviceprogramm für erfolgreiche Publisher unterstützte die Monetarisierung des Netzwerks. Im vierten Quartal ergänzte zanax sein Angebot durch das „Partner werben Partner“-Programm.

Digital Window, das 2009 von Axel Springer mehrheitlich übernommen wurde, konnte im vierten Quartal namhafte Kunden gewinnen und damit seine Marktposition als zweitgrößtes Affiliate-Netzwerk in Großbritannien weiter ausbauen. Zudem verstärkte das Unternehmen mit technologischen Innovationen wie dem neu gestarteten Publisher-Advertiser-Interface „Darwin“ seine Kommunikation im Partnernetzwerk.

TV-/Hörfunk-Aktivitäten

Schwartzkopff TV hat vor allem im Bereich Dokutainment das Geschäft ausbauen können und die Marktposition als einer der führenden Produzenten von Unterhaltungs- und Talkshowformaten bestätigt. Die exklusive Partnerschaft mit dem Sparks Network, einem internationalen Zusammenschluss von 19 führenden, unabhängigen Fernsehproduktionsfirmen für den deutschen Markt, verbessert den Zugang zu international erfolgreichen Formaten und Lizenzen. Unsere Lokal-TV- und Hörfunkbeteiligungen agierten in einem schwierigen Marktumfeld; vor allem wegen des rückläufigen Werbemarkts war das Geschäft im Vergleich zum Vorjahr rückläufig.

Kennzahlen Digitale Medien

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Außenumsatz	470,4	378,2	24,4 %
Anteil am Konzernumsatz	18,0 %	13,9 %	
Werbeerlöse	336,7	271,2	24,1 %
Übrige Erlöse	133,7	107,0	25,0 %
EBITDA	43,2	20,9	> 100 %
EBITDA-Rendite	9,2 %	5,5 %	

Die Gesamterlöse legten – teilweise bedingt durch die Konsolidierung von im Berichtsjahr erworbenen Gesellschaften – auf € 470,4 Mio. zu; dies entsprach einem Anstieg von 24,4 % gegenüber dem Vorjahr (€ 378,2 Mio.). Bereinigt um Konsolidierungseffekte wie den Erwerb von StepStone und Digital Window im Jahr 2009 und gamigo im Jahr 2008 stiegen die Erlöse um 9,1 %. Am organischen Wachstum hatten zanox, idealo und auFeminin wesentlichen Anteil. Die Pro-forma-Erlöse Digitale Medien lagen bei € 569,0 Mio. (Vj.: € 543,5 Mio.) und steigerten damit ihren Anteil an den Pro-forma-Gesamterlösen auf 21,0 % (Vj.: 18,8 %).

Die Werbeerlöse der digitalen Medien lagen mit € 336,7 Mio. um 24,1 % über dem Vorjahreswert von € 271,2 Mio. Daran hatten neben Konsolidierungseffekten zanox, immonet und idealo wesentlichen Anteil. Die übrigen Erlöse erhöhten sich – vorwiegend konsolidierungsbedingt – um 25,0 % auf € 133,7 Mio. (Vj.: € 107,0 Mio.).

Das EBITDA des Segments erhöhte sich auf € 43,2 Mio. und hat sich gegenüber dem Vorjahr (€ 20,9 Mio.) mehr als verdoppelt. Die Steigerung ist zu wesentlichen Teilen auf Ergebnisverbesserungen bei immonet, idealo und Bild.de zurückzuführen. Darüber hinaus enthielt der Vergleichswert 2008 Belastungen aus Wechselkurseffekten sowie Anlaufkosten für neue Geschäfte bei Doğan TV.

Services/Holding

Unter Services/Holding werden die drei eigenen Zeitungsdruckereien, das Beteiligungsergebnis des Tiefdruckgemeinschaftsunternehmens PRINOVIS, die Bereiche Vertrieb, Logistik sowie Service- und Holdingfunktionen zusammengefasst.

Bei unseren Druckereien führte die Wirtschaftskrise zu rückläufigen Papierdurchsätzen und Fertigungserlösen im Lohndruck. Ein Großteil des Rückgangs konnte durch Kosteneinsparungen kompensiert werden. PRINOVIS litt unter den Überkapazitäten und dem hohen Preisdruck im Tiefdruckmarkt.

Kennzahlen Services/Holding

in Mio. €	2009	2008	Veränderung
Außenumsatz	98,1	99,0	-0,9 %
Anteil am Konzernumsatz	3,8 %	3,6 %	
EBITDA¹⁾	-20,5	-0,2	-

¹⁾ Darin enthalten ist ein Beteiligungsergebnis von € 4,1 Mio. (Vj.: € 2,7 Mio.).

Der Außenumsatz des Segments bewegte sich mit € 98,1 Mio. annähernd auf Vorjahresniveau (€ 99,0 Mio.). Den Erlösrückgängen im Offsetdruck standen höhere Umsatzbeiträge aus den Dienstleistungsbereichen gegenüber.

Das EBITDA war mit € -20,5 Mio. (Vj.: € -0,2 Mio.) wie erwartet negativ und bewegte sich im langjährigen Trend. Die Veränderung zum Vorjahr ist auf den Entfall von positiven Effekten im Zusammenhang mit Transaktionen und Prozessrückstellungen zurückzuführen. Im laufenden Jahr wirkten sich zudem Einmalaufwendungen durch das Gratisaktien- und Mitarbeiterbeteiligungsprogramm, höhere Beiträge zum Pensionssicherungsverein sowie steuerliche Effekte aus Vorjahren aus. Ein positiver Effekt ergab sich im Jahresvergleich durch das verbesserte, wenngleich durch die Wirtschaftskrise beeinträchtigte Beteiligungsergebnis von PRINOVIS, das im Vorjahr durch Restrukturierungskosten für die Schließung der Druckerei in Darmstadt belastet war. Wie im Vorjahr waren im EBITDA des Berichtsjahres Erträge aus der Kirch-Insolvenz enthalten (2009: € 7,6 Mio., 2008: € 6,2 Mio.).

Finanz- und Vermögenslage

Finanzlage

Finanzmanagement

Die Finanzmittel im Axel Springer Konzern werden grundsätzlich über die Axel Springer AG bereitgestellt. Hierdurch wird sichergestellt, dass die Konzerngesellschaften stets mit ausreichender Liquidität ausgestattet sind. Das maßgebliche Ziel des Finanzmanagements ist die kostengünstige Sicherstellung der Liquidität unter Berücksichtigung einer strukturgerechten Finanzierung. Die Anlage der flüssigen Mittel soll eine angemessene Rendite erzielen. Außerbilanzielle Finanzierungsmaßnahmen spielen im Axel Springer Konzern keine Rolle.

Nettoliiquidität

in Mio. €	2009	2008
Finanzmittelfonds	197,3	154,5
Finanzverbindlichkeiten	390,3	524,0
Nettoliiquidität	-193,0	-369,5

Axel Springer wies am 31. Dezember 2009 eine Nettoverschuldung in Höhe von € 193,0 Mio. (Vj.: € 369,5 Mio.) auf. Der Finanzmittelfonds erhöhte sich um € 42,8 Mio., während die Finanzverbindlichkeiten im Wesentlichen aufgrund des erwirtschafteten operativen Cashflows sowie durch Eingang der Kaufpreise aus der Veräußerung der Regionalzeitungsbeteiligungen um € 133,7 Mio. reduziert wurden. Zum Bilanzstichtag bestanden kurz- sowie langfristige Kreditlinien in Höhe von € 1.220,0 Mio. (Vj.: € 1.095,0 Mio.), die nicht in Anspruch genommen wurden. Die Kreditlinien können sowohl für allgemeine Gesellschaftszwecke als auch zur Finanzierung von Akquisitionen eingesetzt werden.

Cashflow-Entwicklung und Investitionen

Konzernkapitalflussrechnung (Kurzfassung)

in Mio. €	2009	2008
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	270,0	265,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	55,0	300,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-283,9	-612,2
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	41,2	-46,4
Finanzmittelfonds zum 31. Dezember	197,3	154,5

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit bewegte sich im Geschäftsjahr 2009 trotz eines um € 152,5 Mio. rückläufigen EBITDA mit € 270,0 Mio. auf Vorjahresniveau. Dies war hauptsächlich auf die Reduzierung (im Vorjahr Aufbau) des Working Capital zurückzuführen. Der Rückgang des EBITDA war darüber hinaus durch zahlungsunwirksame Effekte, wie insbesondere die im Vergleich zum Vorjahr höheren Zuführungen zu Rückstellungen, geprägt.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit lag bei € 55,0 Mio. (Vj.: € 300,6 Mio.) und resultierte im Wesentlichen aus Kaufpreiseingängen im Zusammenhang mit der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen. Die Erwerbe der restlichen Anteile von StepStone ASA, der Beteiligung an Digital Window Ltd. sowie an Infor Biznes wurden mit Kaufpreisen von insgesamt € 113,9 Mio. abzüglich übernommener Zahlungsmittel von € 38,8 Mio. berücksichtigt. Der hohe Mittelzufluss im Vorjahr war im Wesentlichen durch den Kaufpreiseingang für die veräußerten Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG bedingt und wurde teilweise kompensiert durch Auszahlungen für den Erwerb der Minderheitenanteile an der BILD digital GmbH & Co. KG, aus der Ausübung der Put-Optionen, die mit dem Erwerb von Anteilen an der auFeminin.com S.A. gewährt worden waren, sowie für den Erwerb von 33,3 % der Anteile an StepStone ASA.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug € -283,9 Mio. (Vj.: € -612,2 Mio.) und wurde vor allem durch die Tilgung von Finanzverbindlichkeiten geprägt. Die deutlich höheren Mittelabflüsse im Vorjahr gingen auf Rückzahlungen von Finanzverbindlichkeiten nach Eingang des Kaufpreises für die veräußerten Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG sowie auf den Erwerb eigener Anteile zurück.

Der Saldo der Cashflows aus laufender Geschäfts-, Investitions- und Finanzierungstätigkeit betrug € 41,2 Mio. (Vj.: € -46,4 Mio.). Der Finanzmittelfonds (flüssige Mittel und sonstige kurzfristig fällige Festgelder und Wertpapiere) zum 31. Dezember 2009 betrug € 197,3 Mio. (Vj.: € 154,5 Mio.).

Vermögenslage

Konzern-Bilanz (Kurzfassung)

in Mio. €	31.12.2009	31.12.2008 ¹⁾
Langfristige Aktiva	1.874,6	1.715,7
Kurzfristige Aktiva	1.059,7	1.093,3
Aktiva	2.934,3	2.809,1
Eigenkapital	1.196,8	1.067,7
Langfristiges Fremdkapital	966,1	1.041,9
Kurzfristiges Fremdkapital	771,4	699,5
Passiva	2.934,3	2.809,1

¹⁾ Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Die Konzern-Bilanzsumme zum 31. Dezember 2009 in Höhe von € 2.934,3 Mio. hat sich gegenüber dem Stand zum Jahresende 2008 (€ 2.809,1 Mio.) um € 125,2 Mio. bzw. 4,5 % erhöht. Die Entwicklung ist insbesondere geprägt durch die Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen sowie die erstmalige Einbeziehung von StepStone ASA sowie Digital Window Ltd.

Die Kaufpreise für die Regionalzeitungsbeteiligungen in Höhe von insgesamt € 324,0 Mio. wurden in Höhe von € 150 Mio. in den langfristigen Forderungen erfasst, da diese erst ab dem Jahr 2011 sukzessive zur Zahlung fällig werden. In Höhe von € 109,2 Mio. sind Beteiligungsbuchwerte und Finanzforderungen abgegangen.

Durch den erstmaligen Einbezug von Tochterunternehmen erhöhten sich die Vermögenswerte um € 67,4 Mio. sowie die Verbindlichkeiten um € 99,4 Mio.

Der Anstieg der kurzfristigen Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag um € 18,4 Mio. auf € 55,9 Mio. resultierte im Wesentlichen aus erhöhten Steuervorauszahlungen für das abgelaufene Geschäftsjahr sowie aus Erstattungsansprüchen für Vorjahre aufgrund abgeschlossener Betriebsprüfungen. Die Erhöhung der kurzfristigen sonstigen Vermögenswerte um

€ 8,4 Mio. auf € 70,4 Mio. geht überwiegend auf höhere Wertansätze für die H&F-Optionen aufgrund des gegenüber dem Vorjahr gestiegenen Aktienkurses der Axel Springer AG zurück.

Das Eigenkapital belief sich auf € 1.196,8 Mio. und lag damit um € 129,1 Mio. (12,1 %) über dem Stand zum Jahresende 2008. Der Anstieg beruhte überwiegend auf dem erwirtschafteten Konzernüberschuss. Teilweise kompensierend wirkten die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2008 in Höhe von € 130,6 Mio. sowie die Erfassung des Unterschiedsbetrags aus der Aufstockung der Anteile an StepStone ASA von 52,8 % auf 100 % (€ 36,2 Mio.). Die Eigenkapitalquote stieg auf 40,8 % (Vj.: 38,0 %).

Die langfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten verringerten sich um € 75,8 Mio. (7,3 %) auf € 966,1 Mio. Dies ergab sich insbesondere aus der Reduzierung der Finanzverbindlichkeiten (€ – 128,6 Mio.) sowie der Auflösung latenter Steuern im Zusammenhang mit der Veräußerung der Regionalzeitungsbeteiligungen (€ – 8,3 Mio.). Demgegenüber erhöhten sich die Pensionsrückstellungen um € 14,4 Mio. insbesondere durch Senkung des Diskontierungszinssatzes von 5,8 % auf 5,3 % für Pensionsverpflichtungen in Deutschland. Die Erhöhung der sonstigen langfristigen Rückstellungen um € 25,3 Mio. resultiert vor allem aus Strukturmaßnahmen. Darüber hinaus wurden passive latente Steuern im Rahmen der Kaufpreisallokation aus dem Erwerb von StepStone ASA und Digital Window Ltd. erfasst (€ 28,1 Mio.).

Die kurzfristigen Rückstellungen und Verbindlichkeiten stiegen um € 71,9 Mio. (10,3 %) auf € 771,4 Mio. Hier wirkte sich vor allem die erstmalige Einbeziehung von StepStone ASA und Digital Window Ltd. aus. Darüber hinaus erhöhten sich die Rückstellungen für Strukturmaßnahmen, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die finanziellen Verbindlichkeiten aus Zinsderivaten sowie die Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag.

Wirtschaftliche Lage der Axel Springer AG

Kennzahlen der Axel Springer AG

in Mio. €	2009	2008	2007	2006	2005
Umsatz	1.588,3	1.673,3	1.669,1	1.710,1	1.697,2
Jahresüberschuss	323,1	196,4	147,8	245,9	143,2
Einstellung in andere Gewinnrücklagen ¹⁾	165,4	103,6	25,3	138,5	91,0
Dividendensumme	131,1	130,6	122,4	107,3	52,1
Dividende je Aktie (in €) ¹⁾	4,40	4,40	4,00	3,50	1,70

¹⁾ Die Höhe der Dividende für 2009 sowie die Einstellung in die anderen Gewinnrücklagen (abzüglich Vorabestellung von € 151,4 Mio.) stehen unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch die Hauptversammlung.

Überblick

Die Axel Springer AG mit Sitz in Berlin ist das Mutterunternehmen des Axel Springer Konzerns. Der Vorstand der Axel Springer AG ist zugleich das Leitungsorgan des Konzerns.

Wesentliche Printpublikationen des Konzerns, wie die Titel der BILD-Gruppe, der WELT-Gruppe, das HAMBURGER ABENDBLATT, TV DIGITAL und HÖRZU sowie weitere Titel im Bereich Zeitungen und Zeitschriften, werden redaktionell und vertrieblich in der Axel Springer AG betreut. Zeitungen werden in eigenen Druckereien an den Standorten Ahrensburg, Berlin und Essen und in Fremddruckereien produziert.

Darüber hinaus unterhält die Axel Springer AG umfangreiche Liefer- und Leistungsbeziehungen mit Tochterunternehmen und assoziierten Unternehmen. Bezogene Leistungen umfassen im Wesentlichen Druckleistungen, Verwaltungsdienstleistungen, Gebäudemanagement, Direktmarketing, redaktionelle Leistungen, Vertriebs- und Versicherungsdienstleistungen. Erbrachte Leistungen umfassen die Lieferung von Verlagserzeugnissen, Papierlieferungen sowie allgemeine Verwaltungs- und IT-Dienstleistungen.

Die Finanzmittel für Konzerngesellschaften werden grundsätzlich über die Axel Springer AG bereitgestellt. Eine Reihe von deutschen Konzerngesellschaften hat mit der Axel Springer AG Ergebnisabführungsverträge geschlossen.

Die folgenden Angaben beziehen sich auf den Jahresabschluss der Axel Springer AG, der nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes aufgestellt wurde.

Ertragslage

Gewinn- und Verlustrechnung der Axel Springer AG (Kurzfassung)

in Mio. €	31.12.2009	31.12.2008
Umsatzerlöse	1.588,3	1.673,3
Übrige betriebliche Erträge	417,0	178,4
Materialaufwand	-458,1	-484,8
Rohertrag	1.547,3	1.366,9
Personalaufwand	-482,9	-452,4
Abschreibungen	-40,0	-45,3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-530,9	-542,6
Erträge aus Finanzanlagen	45,2	76,9
Aufwendungen aus Verlustübernahmen	-66,1	-49,7
Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	-38,3	-50,4
Zinsergebnis	-33,6	-18,5
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	400,8	284,9
Steuern	-77,7	-88,6
Jahresüberschuss	323,1	196,4
Dotierung der Gewinnrücklagen	-178,0	-51,2
Bilanzgewinn	145,1	145,1

Die Axel Springer AG erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr Umsatzerlöse in Höhe von € 1.588,3 Mio., die insbesondere aufgrund rückläufiger Werbeerlöse um 5,1 % unter dem Vorjahreswert blieben. Der Rohertrag stieg jedoch um € 180,4 Mio. auf € 1.547,3 Mio. Ursächlich hierfür war insbesondere der im Berichtsjahr realisierte Gewinn aus der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen in Höhe von € 251,9 Mio., der sich auch im deutlich gestiegenen Jahresüberschuss von € 323,1 Mio. (Vj.: € 196,4 Mio.) widerspiegelt.

Vermögenslage

Bilanz der Axel Springer AG (Kurzfassung)

in Mio. €	31.12.2009	31.12.2008
Immaterielle Vermögensgegenstände	34,4	35,6
Sachanlagen	218,7	238,4
Finanzanlagen	1.470,0	1.351,3
Anlagevermögen	1.723,0	1.625,3
Vorräte	26,0	34,4
Forderungen, sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	592,5	524,3
Eigene Anteile	196,0	169,5
Finanzmittel	83,2	68,7
Umlaufvermögen	897,7	796,8
Aktiva	2.620,7	2.422,0
Eigenkapital	1.105,6	913,1
Rückstellungen	483,8	451,6
Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten	1.031,3	1.057,3
Passiva	2.620,7	2.422,0

Die Bilanzsumme erhöhte sich im Berichtsjahr um 8,2 % (€ 198,7 Mio.) auf € 2.620,7 Mio. Der Anteil des Anlagevermögens am Gesamtvermögen lag nahezu unverändert bei 65,7 %. Das Anlagevermögen war zu 64,2 % (Vj.: 56,2 %) durch Eigenkapital gedeckt. Die Finanzanlagen hatten am Anlagevermögen einen Anteil von 85,3 % (Vj.: 83,1 %).

Der Anstieg des Finanzanlagevermögens um € 118,7 Mio. auf € 1.470,0 Mio. betraf im Wesentlichen die Erwerbe von Anteilen an der StepStone ASA. Das Umlaufvermögen lag mit € 897,7 Mio. um € 100,9 Mio. über dem Vorjahreswert; hier wirkte sich die Stundung eines Teils des Kaufpreises aus der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen sowie die Zuschreibung der eigenen Anteile auf die ursprünglichen Anschaffungskosten bzw. den Börsenkurs am Bilanzstichtag aus.

Das Eigenkapital nahm um € 192,5 Mio. auf € 1.105,6 Mio. zu. Die Eigenkapitalquote stieg von 37,7 % auf 42,2 % zum 31. Dezember 2009. Die Rückstellungen wurden im Vergleich zum Vorjahresstichtag um € 32,2 Mio. höher dotiert. Ursächlich hierfür waren insbesondere gestiegene Pensionsverpflichtungen infolge einer Verringerung des Rechnungszinssatzes sowie eine höhere Vorsorge für Strukturmaßnahmen. Die Verbindlichkeiten und Rechnungsabgrenzungsposten verringerten sich um € 26,0 Mio. auf € 1.031,3 Mio. Während die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten um € 128,5 Mio. zurückgeführt werden konnten, stiegen die vor allem durch das zentrale Cash Management begründeten Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um € 88,6 Mio.

Finanzlage

Die Nettoverschuldung – Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten abzüglich Finanzmittel – wurde um € 143,0 Mio. auf € 235,0 Mio. zurückgeführt. Zum 31. Dezember 2009 bestanden nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von € 1.220,0 Mio. (Vj.: € 1.095,0 Mio.). Die Kreditlinien können sowohl für allgemeine Geschäftszwecke als auch zur Finanzierung von Akquisitionen eingesetzt werden.

Gewinnverwendungs- vorschlag

Der nach den Grundsätzen des deutschen Handelsrechts und Aktienrechts erstellte Jahresabschluss der Axel Springer AG für das abgelaufene Geschäftsjahr 2009 weist einen Bilanzgewinn von € 145,1 Mio. (Vj.: € 145,1 Mio.) aus.

Der Vorstand wird mit Zustimmung des Aufsichtsrats auf der Hauptversammlung am 23. April 2010 vorschlagen, eine Dividende von € 4,40 (Vj.: € 4,40) je dividendenberechtigter Stückaktie auszuschütten. Dies entspricht einer Ausschüttung von € 131,1 Mio. aus dem Bilanzgewinn. Der danach verbleibende Betrag von € 14,0 Mio. soll in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt werden. Die von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien sind nicht dividendenberechtigt. Bis zur Hauptversammlung kann sich die Anzahl der dividendenberechtigten Stückaktien verändern. In diesem Fall wird der Hauptversammlung unter Beibehaltung einer Ausschüttung von € 4,40 je dividendenberechtigter Stückaktie ein entsprechend angepasster Gewinnverwendungsvorschlag unterbreitet werden.

Risiko- und Chancenbericht

Risikoeinschätzung

Nach den risikopolitischen Grundsätzen des Axel Springer Konzerns sind Risiken nur dann einzugehen, wenn dadurch zusätzliche Ertragschancen wahrgenommen werden können und eine Steigerung des Unternehmenswerts erreichbar ist. Dabei ist jedes Risiko durch geeignete Maßnahmen auf ein akzeptables Maß zu mindern oder, falls wirtschaftlich sinnvoll, auf Dritte zu übertragen. Die risikopolitischen Grundsätze des Konzerns sind in einer unternehmensweit geltenden Richtlinie festgelegt.

Die Überwachung und Steuerung der Risiken erfolgt mithilfe verschiedener ineinandergreifender Teilsysteme:

- Die Entwicklung von Produktions- und Absatzmengen sowie Erlösen und Kosten wird im Rahmen der Unternehmenssteuerung überwacht. In diesem Zuge werden allgemeine Markt- und Erlörisiken in der Planung und im unterjährigen Forecast sowie im Berichtswesen erfasst und gesteuert.
- Risiken im Zusammenhang mit Investitionen und Akquisitionen werden im Vorfeld im Rahmen der Investitionsplanung identifiziert und bewertet sowie im Berichtswesen verfolgt.
- Zusätzlich ist ein Risikomanagement im Sinne des § 91 Abs. 2 AktG 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 diesbezüglichen Kommunikation sind die jeweiligen Bereiche bzw. Konzerngesellschaften zuständig. Außerdem koordiniert ein zentraler Risikomanager sämtliche Risikomanagementaktivitäten, aggregiert die Risiken auf Konzernebene, prüft die Plausibilität und Vollständigkeit der gemeldeten Risiken und verantwortet die ständige Weiterentwicklung des Risikomanagementsystems. Darüber hinaus überprüfen die interne Revision und der Abschlussprüfer bei

der Jahresabschlussprüfung als unabhängige Kontrollinstanzen die Vollständigkeit und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems.

Einmal im Jahr findet eine Erhebung sämtlicher Risiken mit gleichzeitiger Aktualisierung des Risikoinventars statt. Bestandsgefährdende, wesentliche und zu überwachende Risiken werden ebenso wie die entsprechenden Gegenmaßnahmen im Rahmen der Ad-hoc-Risikoerhebung unterjährig überprüft. Im gleichen Zuge wird die Bewertung der Risiken an die aktuelle Risikosituation angepasst. Eine mögliche Bestandsgefährdung wird bei der Axel Springer AG und den einzelnen Tochtergesellschaften anhand der Nettoschadenshöhe und deren Auswirkung auf die Vermögens- und Liquiditätssituation des Konzerns überprüft. Die Klassifizierung der Risiken in wesentliche, zu überwachende und übrige Risiken erfolgt anhand des Nettoschadenserwartungswerts. Bei dessen Ermittlung werden die Auswirkungen risikobegrenzender Gegenmaßnahmen auf die Schadenshöhe und den risikobezogenen Erwartungswert mitberücksichtigt. Zu einer Bestandsgefährdung oder maßgeblichen Beeinflussung der Vermögens-, Ertrags- und Liquiditätssituation können folgende Risiken führen:

Markt- und Wettbewerbsrisiken

In Anbetracht der nur eingeschränkt funktionierenden internationalen Finanzmärkte, des Auslaufens von Konjunkturprogrammen sowie des Konsolidierungsbedarfs öffentlicher Haushalte (s. Seite 86) kann ein erneuter konjunktureller Rückschlag nicht ausgeschlossen werden. Dies hätte eine signifikante Verschlechterung der Erlössituation, insbesondere in Form sinkender Werbeerlöse, zur Folge. Trotz des im Dezember 2009 verkündeten „Wachstumsbeschleunigungsgesetzes“ kann sich auch der private Konsum deutlich negativ entwickeln, nicht zuletzt aufgrund des prognostizierten Anstiegs der Arbeitslosenzahlen. Der private Konsum ist maßgeblich für die Entwicklung des Pressevertriebsmarkts sowie des Rubrikengeschäfts und hat damit wesentlichen Einfluss auf den Geschäftserfolg von Axel Springer. Darüber hinaus ist die allgemeine Marktlage unvermindert durch einen starken Wettbewerbsdruck geprägt. Durch den Markteintritt neuer Konkurrenztitel und -objekte – insbesondere auch in Form von Gratiszeitungen und Gratiszeitschriften – besteht zudem die Gefahr von Umsatz- und Marktanteilsverlusten

im Vertriebs- und Anzeigengeschäft. Veränderte Konsum- und Lesegewohnheiten, die vor allem durch den demografischen Wandel bedingt sind, verschärfen dieses Risiko weiter. Zudem resultieren Unsicherheiten aus dem verstärkten Wettbewerb klassischer Printmedien mit anderen Mediengattungen. So führt die fortschreitende Verbreitung des Internets zu einem Wandel der Kundenpräferenzen und zu weiteren strukturellen Verschiebungen im Werbemarkt. Das hat Erlösminderungen bei Zeitungen und Zeitschriften zur Folge.

Ein besonderes Risiko stellt in diesem Zusammenhang auch der hohe Anteil von BILD und der BILD-Markenfamilie an den konzernweiten Umsatzerlösen dar. Die verkaufte Auflage von BILD und BILD am SONNTAG war in den vergangenen Geschäftsjahren insgesamt rückläufig. Darüber hinaus stützt die Axel Springer AG einen wesentlichen Teil ihrer erlösstarken Zeitschriftentitel auf die hohe Markenbekanntheit und die Stärke der BILD-Markenfamilie. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass der Erfolg der BILD-Titel durch externe Faktoren nachhaltig negativ beeinflusst wird, mit der Folge negativer Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Diese allgemeinen Marktrisiken werden vor allem im Rahmen der operativen Unternehmenssteuerung überwacht und gesteuert. Um diesen Marktrisiken zu begegnen, hat die Axel Springer AG im Geschäftsjahr 2009 die Strategie der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft sowie der Internationalisierung und der Digitalisierung weiter vorangetrieben und wird diese auch zukünftig konsequent weiter verfolgen. Daher ist es für Axel Springer weiterhin von enormer Bedeutung, dass die bereits bestehenden Aktivitäten im Inland gezielt ausgebaut und u. a. über Produktinnovationen an die sich ändernden Kundenanforderungen angepasst werden. Darüber hinaus werden verschiedene preis- und produktpolitische Maßnahmen durchgeführt; hierzu zählen beispielsweise verkaufsfördernde Gratiszugaben und Beigaben mit Aufpreis wie DVDs, CDs und Hörbücher.

Zur weiteren Reduzierung der Marktrisiken setzt das Unternehmen insbesondere auch seine Internationalisierungs- und Digitalisierungsstrategie konsequent fort. Zukäufe, Unternehmensgründungen und der Ausbau

bestehender digitaler Medien zielen überdies darauf ab, den Veränderungen in der Medienwelt gerecht zu werden und wo möglich die crossmediale Vernetzung und Integration der Markenangebote weiter voranzubringen (s. auch die Ausführungen zu den Segmenten Zeitungen National, Zeitschriften National, Print International und Digitale Medien auf den Seiten 63, 65, 67 und 71).

Politische und rechtliche Risiken

Das Geschäft der Axel Springer AG bleibt der Wettbewerbsverzerrung durch öffentlich-rechtliche Angebote sowie dem Regulierungsdruck des Gesetzgebers auf allen relevanten staatlichen Ebenen ausgesetzt. Das Regulativ durch den im Jahr 2009 gesetzlich eingeführten 3-Stufen-Test hat sich als weitgehend wirkungslos erwiesen, da die Rundfunkräte die Auswirkungen ihres Expansionskurses auf den Markt im Internet nicht ausreichend beachten. Damit wird privaten Anbietern die Monetarisierung im mobilen Internet zusätzlich erschwert. Gebührenfinanzierte, öffentlich-rechtliche Fernsehsender bieten auf ihren Webseiten weiter ungehindert elektronische Presse an und es wurde angekündigt, Bewegtbild-Nachrichtenangebote auf der strategisch wichtigen Apple-App-Store-Plattform kostenlos bereitzustellen.

Mit Beginn der neuen Legislaturperioden in der Bundesrepublik und auf europäischer Ebene ist mit dem Wiederaufleben regulatorischer Maßnahmen zu rechnen. Es zeichnen sich neue Initiativen zu Werbeauflagen und Werbebeschränkungen ab. Zudem ist eine Regulierung von verhaltensgesteuerter Werbung im Zuge des Datenschutzes im Gespräch.

Reputationsrisiken

Mit Blick auf die wachsende internationale Präsenz des Unternehmens hat der Axel Springer Konzern einen Katalog sozialer Standards verabschiedet. Diese „International Social Policy“ ist eine verbindliche Leitlinie zur sozialen Integrität und gilt weltweit für alle Aktivitäten des Unternehmens. Dabei können sich Defizite bei der Einhaltung der International Social Policy vor allem bei der Beschaffung von Werbemitteln, Produktbeigaben, beim Merchandising sowie beim Verkauf von Titellizenzen ergeben und zu einem erheblichen Imageverlust führen.

Der Axel Springer Konzern betreibt ein Nachhaltigkeitsmanagement, das internationalen Standards entspricht. Eine verspätete Identifikation kritischer Entwicklungen hinsichtlich möglicher ökologischer und sozialer Konflikte bei der Beschaffung von Ressourcen entlang der Holz-, Zellstoff-, Papier- und Recyclingkette können einen Imageverlust hervorrufen. Zur Reduzierung dieses Risikos besteht eine enge Zusammenarbeit mit Experten der Holz-, Zellstoff- und Papierwirtschaft und zahlreichen Umweltorganisationen. Weiterhin dienen Monitoring-Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und Öko-Audits der Risikoreduzierung. Darüber hinaus kennzeichnen eine durch Offenheit und Transparenz geprägte interne und externe Berichterstattung diese Maßnahmen.

IT-Risiken

IT-Risiken ergeben sich aus der Gefahr des Ausfalls von IT-Systemen, Rechenzentren, Redaktionssystemen, Datenbanken u. Ä. Derartige IT-Risiken könnten zu Datenverlusten und schlimmstenfalls Betriebsunterbrechungen führen. Der Risikovermeidung bzw. Risikoreduzierung dienen umfassende IT-Sicherheitsmaßnahmen (z. B. Back-up-Systeme, Firewalls, Notfall-Rechenzentren).

Strategische und sonstige Risiken

Strategische Risiken resultieren insbesondere aus Investitionen in nicht nachhaltig erfolgreiche Konzepte und Unternehmen mit der Folge negativer finanzieller und auch immaterieller Ergebnisse. In diesem Zusammenhang sind insbesondere Beteiligungsrisiken zu beachten. Möglicherweise entwickelt sich infolge einer erneuten Verschärfung der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise der Erlös- und Ertragsverlauf der Unternehmensbeteiligungen schlechter als geplant, sodass im Rahmen des Impairment-Verfahrens außerplanmäßige Abschreibungen erforderlich werden könnten. Im äußersten Fall könnte eine komplette Abschreibung aller Vermögenswerte der Beteiligungen zu einer Bestandsgefährdung des Axel Springer Konzerns führen. Zur Risikominimierung dienen hierbei insbesondere ein aktives Beteiligungsmanagement und permanente Monitoring-Maßnahmen. Hierdurch wird auch das Risiko möglicher Darlehensausfälle gegenüber Beteiligungen minimiert.

Gegen unsere Beteiligung Doğan TV Holding sowie drei Tochtergesellschaften von Doğan TV Holding haben die türkischen Steuerbehörden aufgrund einer Betriebsprüfung im September 2009 diverse Steuernachforderungen sowie steuerliche Nebenleistungen von insgesamt TRY 4,8 Mrd. (rund € 2,2 Mrd.) festgesetzt. Das Management der Doğan TV Holding hält die Steuernachforderungen für unbegründet, die betroffenen Unternehmen haben Klage beim Finanzgericht erhoben. Abhängig von weiteren Entwicklungen sowie möglichen Anpassungen des Unternehmensplans durch das Management der Doğan TV Holding ist ein Wertminderungsrisiko nicht auszuschließen. Bei der Beurteilung der Werthaltigkeit unserer Beteiligung berücksichtigen wir bestehende vertragliche Vereinbarungen zur Wertsicherung unserer Investition.

Des Weiteren kann der Verlust von Großkunden negativen Einfluss auf den Geschäftserfolg des Konzerns und seiner Aktivitäten haben. Zur Risikovermeidung dienen hierbei u. a. verschiedene Kundenbindungsmaßnahmen. Weiterhin können Verstöße gegen Vertraulichkeitsvereinbarungen und Insiderregularien sowie nicht korrekt veröffentlichte Informationen wirtschaftliche, juristische Konsequenzen und/oder einen Imageschaden für den Konzern bzw. seine Objektmarken zur Folge haben. Risikominimierende Maßnahmen stellen hierbei u. a. Prüfmechanismen und Abstimmungsregelungen dar. Verstöße gegen Datenschutzgesetze und -verordnungen könnten ebenfalls wirtschaftliche, juristische Konsequenzen und/oder einen Imageschaden nach sich ziehen. Zur Abwendung derartiger Datenschutzverletzungen wurden u. a. die bestehende Datenschutzorganisation ausgebaut und umfassende Schulungsmaßnahmen eingeleitet. Beide Maßnahmen werden zukünftig verstärkt weitergeführt. Risiken im Distributionsbereich – z. B. im Fall von Liquiditätsproblemen von Distributionspartnern – wird in Form klar vereinbarter Zahlungsziele und fester Zahlungsmodalitäten begegnet.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Im Hinblick auf finanzwirtschaftliche Risiken sind insbesondere Zinsänderungsrisiken und Währungsrisiken von Bedeutung. Zinsänderungsrisiken können aus finanziellen Verbindlichkeiten mit variabler Verzinsung und Kapitalanlagen in Rentenpapieren resultieren. Währungsrisiken

erwachsen aus Erlösen und Beteiligungsergebnissen in Fremdwährungen. Zur Begrenzung der Zinsänderungsrisiken bestehen im Konzern Grundsätze, die die Einhaltung von Verlustlimiten bei Kapitalanlagen regeln und sicherstellen. Darüber hinaus werden diese Risiken durch den Einsatz verschiedener Zinsderivate abgesichert. Signifikante Finanzierungsrisiken aufgrund der weltweiten Finanzkrise sind derzeit für den Axel Springer Konzern nicht ersichtlich, da die im Rahmen der Liquiditätssicherung abgeschlossene Kreditlinie in Höhe von € 1,5 Mrd. bis 2012/2013 durch die beteiligten Banken zugesagt ist und ein einseitiges Kündigungsrecht nicht besteht. Preissänderungs- und Ausfallrisiken sowie Risiken aus Zahlungstromschwankungen sind derzeit für den Axel Springer Konzern ebenfalls nicht gegeben.

Gesamtrisikoeinschätzung

Mit Ausnahme des eher theoretisch möglichen Risikos einer Komplettabschreibung aller beteiligungsbezogenen Vermögenswerte sind keine weiteren Risiken erkennbar, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten. Dieses Risiko weist eine geringe Eintrittswahrscheinlichkeit auf. Risikokonzentrationen oder Interdependenzen von Risiken, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens haben könnten, sind derzeit mit Ausnahme der Gefahr einer erneuten drastischen Verschlechterung der Weltwirtschaftslage nicht ersichtlich. Da seit 2009 ein neuer Versicherungsschutz besteht, stellen Terrorrisiken für den Axel Springer Konzern im Vergleich zu den Vorjahren zwar noch zu beachtende Risiken dar. Zu einer Bestandsgefährdung oder maßgeblichen Beeinflussung der Vermögens-, Ertrags- und Liquiditätslage könnten diese Risiken jedoch nicht mehr führen. Die Risikoeinschätzung des Axel Springer Konzerns hat sich – von dieser Änderung abgesehen – gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert.

Chanceneinschätzung

Marktchancen

Sollte sich die Konjunktur besser entwickeln als aktuell von den führenden Wirtschaftsinstituten prognostiziert, hätte dies positive Auswirkungen auf die Vertriebs- und Werbeerlössituation des Axel Springer Konzerns. Eine negative gesamtwirtschaftliche Entwicklung lässt die

Möglichkeit offen, dass im Rahmen einer Marktberei-
gung Wettbewerber aus dem Markt ausscheiden und
dadurch die Marktposition unserer Objekte und Aktivitä-
ten langfristig gestärkt wird. Darüber hinaus eröffnet sich
die Möglichkeit, Unternehmen zu niedrigen Bewertun-
gen zu erwerben. Zusätzliche Vertriebs- und Werbeer-
löse können 2010 – speziell in sportnahen Medien –
insbesondere aus den Olympischen Winterspielen in
Vancouver sowie der Fußball-Weltmeisterschaft in Süd-
afrika entstehen.

Politische Chancen

Positiv könnte sich in Deutschland die Stärkung des
Schutzes von geistigem Eigentum durch das Einführen
eines Verleger-Leistungsschutzrechts auswirken.

Strategische Chancen

Die erfolgreiche Internationalisierung von Axel Springer
durch den Auf- und Ausbau der Präsenz auf wach-
stumsstarken Auslandsmärkten eröffnet Chancen auf
Umsatz- und Ertragssteigerungen. Das Unternehmen hat
bei der Umsetzung seiner Internationalisierungsstrategie
gegenüber den Wettbewerbern den entscheidenden
Vorteil, dass in vielen Ländern bereits starke, in zahlrei-
chen Segmenten sogar führende Marktpositionen er-
reicht wurden. Die Digitalisierungsstrategie bietet durch
die dynamische Umsatzentwicklung auf den digitalen
Märkten besonders hohe Chancen auf zusätzliche Um-
satz Erlöse. Axel Springer nutzt diese Marktentwicklung
durch die zügige und konsequente Verknüpfung der
Print- und Online-Angebote, den Erwerb von Beteiligun-
gen, das Eingehen von Kooperationen sowie den fortlau-
fenden Ausbau der bestehenden und neu hinzugeworbe-
nen Aktivitäten.

Chancen aus der Vermarktung

Die zentrale Vermarktungseinheit Axel Springer Media
Impact gehört zu den reichweitenstärksten crossmedia-
len Vermarktern Europas, wodurch Axel Springer in einer
guten Ausgangsposition im Wettbewerb um die großen
TV-Werbebudgets steht.

Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risiko- managementsystems im Hinblick auf den Rechnungs- und Konzernrechnungs- legungsprozess (§ 289 Abs. 5 und § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB) einschließlich des erläuternden Berichts des Vorstands

Das Risikomanagementsystem beinhaltet bei der Axel
Springer AG sowie im Axel Springer Konzern die Ge-
samtheit aller organisatorischen Regelungen und Maß-
nahmen zur Risikoerkennung und zum Umgang mit den
Risiken unternehmerischer Betätigung. Im Hinblick auf
den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess soll das inter-
ne Kontrollsystem sicherstellen, dass die Finanzbericht-
erstattung unter Beachtung einschlägiger Gesetze und
Normen ein den tatsächlichen Verhältnissen entspre-
chendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
der Axel Springer AG und des Axel Springer Konzerns
vermittelt.

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das
interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hin-
blick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess. Über
eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation
sind alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesell-
schaften eingebunden.

Wir erachten folgende bei Axel Springer vorhandene
Elemente des internen Kontroll- und Risikomanagement-
systems für wesentlich im Hinblick auf den (Konzern-)
Rechnungslegungsprozess:

- Verfahren zur Identifikation, Beurteilung und Dokumen-
tation aller wesentlichen rechnungslegungsrelevanten
Unternehmensprozesse und Risikofelder inklusive da-
zugehöriger Schlüsselkontrollen. Diese umfassen Pro-
zesse des Finanz- und Rechnungswesens sowie ad-
ministrative und operative Unternehmensprozesse, die
wesentliche Informationen für die Aufstellung des Jah-
res- und Konzernabschlusses einschließlich des Lage-
und Konzernlageberichts generieren.

Nachtragsbericht

- Prozessintegrierte Kontrollen (EDV-gestützte Kontrollen und Zugriffsbeschränkungen, 4-Augen-Prinzip, Funktionstrennung, analytische Kontrollen)
- Standardisierte Finanzbuchhaltungsprozesse durch Einsatz eines konzerninternen Shared-Service-Centers für den Großteil der im Konzernabschluss erfassten Transaktionen
- Sicherstellung einer einheitlichen Bilanzierung durch konzernweite Richtlinien, Verfahren und Schulungen
- Monatliche interne Konzernberichterstattung (vollständige Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung) sowie monatliche Ergebnisberichterstattung aller Kostenträger inklusive Analyse und Berichterstattung wesentlicher Entwicklungen und Soll-Ist-Abweichungen.

Die Wirksamkeit des (konzern-)rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems wird durch regelmäßige Kontrolltests systematisch geprüft und bewertet; ein konzernweites Berichtssystem stellt die laufende und zeitnahe Information des Vorstands und des Aufsichtsrats sicher.

Wesentliche Ereignisse und Entwicklungen von besonderer Bedeutung sind nach dem Bilanzstichtag 2009 nicht eingetreten.

Prognosebericht

Erwartetes wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaft

Nach der Überwindung der Finanzmarktkrise sowie der weltweiten Rezession fallen die Erwartungen an die Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds wieder günstiger aus. Der IWF rechnet für 2010 mit einem **globalen Wirtschaftswachstum** von 3,9%. Die Wachstumspulse gehen aber weniger von den Industrieländern als von den Schwellenländern aus. Die Funktionsfähigkeit der internationalen Finanzmärkte bleibt eingeschränkt. Die Kreditbedingungen bleiben weltweit restriktiv, was die Finanzierung von Investitionen und neuen Arbeitsplätzen massiv beeinträchtigen wird. Überdies wird die Konsolidierung der öffentlichen Haushalte und Sozialversicherungssysteme im In- und Ausland immer dringlicher. Dies könnte zu einer zusätzlichen Belastung der Bürger führen und deren Konsumneigung negativ beeinflussen.

Die **deutsche Wirtschaft** wird im Jahr 2010 nur langsam wieder Fahrt aufnehmen. ifo erwartet ein Wachstum von real 1,7%. Die im Rahmen der Konjunkturpakete bereitgestellten Mittel laufen langsam aus und die Marktkräfte gewinnen an Bedeutung. Vonseiten des privaten Konsums werden nur geringe Impulse erwartet. Zwar steigen die Nettoeinkommen voraussichtlich dank steuerlicher Entlastungen – insbesondere aufgrund des verabschiedeten „Wachstumsbeschleunigungsgesetzes“ – an, doch verharren die privaten Konsumausgaben mit einem erwarteten Anstieg von real 0,2% nahezu auf dem Niveau von 2009.

Ein abrupter Rückgang der Beschäftigung ist laut ifo für 2010 nicht zu befürchten. Demnach steigt die Zahl der Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt voraussichtlich um 0,2 Mio. auf 3,6 Mio. Die Arbeitslosenquote würde sich damit von 8,1 auf 8,6% erhöhen. Die Verbraucherpreise werden nur moderat um 0,6% ansteigen. Angesichts einer nur leichten Erholung der Konjunktur wird der Druck auf die Preise hoch bleiben. Der Export dürfte relativ zügig wieder an Dynamik gewinnen und 2010 real um 8,4% wachsen. Die Ausrüstungsinvestitionen werden dagegen laut ifo-Prognose nur verhalten zunehmen und mit einem Zuwachs von 1,0% hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zurückbleiben.

Im **Ausland** ist in den meisten osteuropäischen Mitgliedsländern der EU der Abwärtstrend gestoppt; eine rasche wirtschaftliche Erholung ist jedoch laut ifo nicht in Sicht.

Für Polen wird 2010 mit einem realen Wachstum von 2,2% gerechnet, in Tschechien dürfte der Zuwachs bei 1,5% liegen. In Ungarn ist mit einem weiteren leichten Rückgang um 0,5% zu rechnen. Russland kann im Jahresverlauf 2010 eine wirtschaftliche Erholung erwarten. Die reale Wachstumsrate dürfte 1,5% betragen.

In Westeuropa fällt die Entwicklung ebenfalls verhalten aus. Die französische Konjunktur wird sich 2010 laut Prognose wieder etwas kräftiger beleben und real um voraussichtlich 1,6% wachsen. Für die Schweiz wird ein Wirtschaftswachstum von 1,1% erwartet. In Spanien dürfte die wirtschaftliche Erholung noch auf sich warten lassen, da der Einbruch im Bausektor und die zu erwartenden Sparanstrengungen der Regierung einer schnellen Erholung entgegenstehen; hier wird der Prognose zufolge die Wirtschaft 2010 real um 0,5% schrumpfen.

Branchenumfeld

Aufgrund des voraussichtlich stagnierenden privaten Konsums muss mit einer weiterhin verhaltenen Entwicklung des inländischen Pressevertriebsmarkts bei zugleich anhaltendem Wettbewerbsdruck gerechnet werden. Bei Zeitungen und Zeitschriften ist wegen der zunehmenden Nutzung digitaler Medien, aber auch der Verbreitung von kostenlosen Anzeigenblättern im Durchschnitt von weiterhin sinkenden Auflagen auszugehen. Neuerliche Copypreiserhöhungen sind vielfach kaum durchsetzbar, sodass die Auflagenrückgänge voraussichtlich stärker als im Vorjahr auf die Vertriebs Erlöse durchschlagen werden. Auf den wesentlichen Auslandsmärkten von Axel Springer dürfte sich der Trend rückläufiger Auflagen von Printmedien ebenfalls fortsetzen.

Hingegen stabilisiert sich nach dem stärksten Einbruch der weltweiten Werbeinvestitionen seit Jahrzehnten der globale Werbemarkt. Nach der aktuellen Prognose von ZenithOptimedia (Studie „Advertising Expenditure Forecast“ vom Dezember 2009) wird für 2010 weltweit ein leichtes Plus von 0,9% erwartet, vorausgesetzt, die Konjunktur festigt sich weiter. Die von der Wirtschafts-

krise schwer getroffenen Märkte Nordamerika, Westeuropa und Japan erholen sich laut Prognose der Mediaagentur-Gruppe langsamer und schrumpfen auch 2010.

In **Deutschland** sind angesichts der weiterhin fragilen wirtschaftlichen Lage kaum konjunkturelle Impulse für den Werbemarkt auszumachen. Eine Verschärfung des Wettbewerbs unter den Medien um die knappen Budgets wird daher von allen Verbänden und Branchenvertretern für wahrscheinlich gehalten.

Zusätzlich wird die Entwicklung des Werbemarkts durch strukturelle und politische Effekte beeinflusst. So ist derzeit noch offen, inwieweit die nationale und europäische Politik den Spielraum der kommerziellen Werbung erweitern oder einengen wird. Eingriffe der Politik in die kommerzielle Werbung, u. a. bei Lebensmitteln, alkoholhaltigen Getränken oder Pkw, könnten dazu führen, dass werbende Unternehmen nach neuen Kommunikationswegen außerhalb der traditionellen Medien als Werbeträger suchen. Auch die anhaltende politische Regulierungsdynamik insbesondere auf EU-Ebene könnte den Werbemarkt in Deutschland weiter belasten. Hinzu käme Veränderungsdruck durch den Rückgang und die Alterung der Bevölkerung in Deutschland.

ZenithOptimedia erwartet für Deutschland einen Rückgang des Gesamtwerbemarkts um 1,5 %, wobei eine Abnahme des Nettowerbevolumens der **Zeitungen** um 1,8 % und das der **Zeitschriften** um 3,3 % prognostiziert wird. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) rechnet für 2010 damit, dass die Unternehmen 3 % weniger in Werbung investieren werden als im Vorjahr. Diese Entwicklung beinhaltet neben den klassischen Medien u. a. auch die Direktwerbung und die Online-Werbung.

Der **Online-Markt** wird nach Ansicht von ZenithOptimedia mit einem Zuwachs der Nettowerbeinvestitionen (inklusive Suchwortvermarktung und Affiliate-Werbung) in Höhe von 2,1 % weiterhin im Plus liegen. Immer größere Budgetanteile wandern demnach in den digitalen Kanal ab. Insgesamt wird damit gerechnet, dass das mobile und das stationäre Internet aus Nutzersicht weiter miteinander verschmelzen werden.

Für den **Fernsehmarkt** in Deutschland rechnet die Mediaagentur ZenithOptimedia mit einem Rückgang der Nettowerbeerlöse von 1,6 %. Im **Hörfunkmarkt** erwartet ZenithOptimedia für das Jahr 2010 einen Nettowerbeerlösungsanstieg um 1,0 % im Vergleich zu 2009.

Chancen für neues Wachstum sieht die Kommunikationsbranche vor allem in neuen Vermarktungsangeboten, vernetzten Werbekonzepten, dem Aufbau neuer Geschäftsfelder sowie Produktinnovationen. Positive Impulse für die Werbekonjunktur erwartet die Branche von den beiden sportlichen Highlights des Jahres 2010, den Olympischen Winterspielen in Vancouver und der Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika, wobei in erster Linie sportnahe Werbeträger davon profitieren dürften.

Für die **Auslandsmärkte**, in denen Axel Springer mit eigenen Unternehmensaktivitäten präsent ist, prognostiziert ZenithOptimedia (Stand Dezember 2009) eine uneinheitliche Entwicklung der Nettowerbeerlöse (inklusive Rubrikanzeigen) bei Zeitungen und Zeitschriften.

Erwartete Print-Werbekonjunktur 2010 (Auswahl)

Veränderung des Nettowerbevolumens ggb. Vj.	Zeitungen	Zeitschriften
Deutschland	-1,8 %	-3,3 %
Polen ¹⁾	-8,2 %	-7,5 %
Schweiz ²⁾	-0,6 %	-1,3 %
Ungarn	2,2 %	2,2 %
Frankreich	-0,8 %	-3,5 %
Spanien ¹⁾	-3,2 %	-4,5 %
Russland ³⁾		5,2 %
Tschechische Republik ²⁾	2,5 %	2,8 %

Quelle: Prognose nach ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast 2009.

¹⁾ Exklusive Rubriken.

²⁾ Bruttowerbevolumen, exklusive Rubriken.

³⁾ Printmedien gesamt.

Auf dem **Online-Markt** in Westeuropa wird das Nettowerbevolumen nach der Prognose von ZenithOptimedia im Jahr 2010 – basierend auf der Annahme konstanter Wechselkurse – um 4,6 % auf US-\$ 16,3 Mrd. steigen. Die Zuwachsraten in den osteuropäischen Märkten liegen teilweise deutlich darüber.

Erwartete Werbekonjunktur Online-Medien (Auswahl)

Veränderung des Nettowerbevolumens ggb. Vj.	2010	2009
Deutschland	2,1 %	1,2 %
Polen	13,6 %	8,6 %
Schweiz	12,3 %	13,2 %
Ungarn	10,6 %	7,6 %
Frankreich	10,3 %	6,5 %
Spanien	11,0 %	5,0 %
Russland	14,8 %	-13,4 %
Tschechische Republik	15,6 %	25,7 %

Quelle: Prognose nach ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast 2009.

Strategische und organisatorische Ausrichtung

Axel Springer hält im Geschäftsjahr 2010 und darüber hinaus an seiner Strategie mit den Eckpfeilern Ausbau der Marktführerschaft im deutschsprachigen Kerngeschäft, Internationalisierung und Digitalisierung fest.

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

Die Internationalisierungsstrategie setzen wir konsequent fort. Im Fokus stehen starke, etablierte Printmarken, die eine breite Leserschaft ansprechen. Wichtige Kriterien für unternehmerische Beteiligungen sind neben der redaktionellen Qualität die Professionalität des Managements sowie die Eignung der Inhalte für digitale Medien. Hinsichtlich der Regionen stehen besonders die Länder Mittel- und Osteuropas im Fokus.

Die Digitalisierungsstrategie zielt auf den Ausbau sowohl der Content-Portale als auch der Marktplätze und der Vermarktung. Bei den Content-Portalen bildet die fortgesetzte Entwicklung kostenpflichtiger Inhalte und Angebote (Paid Content) einen Schwerpunkt. Hier können wir

auf die Erfahrung mit den bereits eingeführten und stark nachgefragten Formaten zurückgreifen. Bei den Marktplätzen haben wir durch die Übernahme von StepStone das Portfolio wesentlich ausgebaut. Im Bereich der Vermarktung soll nach der Ergänzung des Geschäfts von zanox durch das Affiliate-Netzwerk Digital Window das internationale Wachstum ebenfalls forciert werden.

Wesentliche Anpassungen der Konzernorganisation sind aus heutiger Sicht nicht vorgesehen.

Erwartete Geschäfts- und Ertragsentwicklung

Die Folgewirkungen der globalen Rezession werden auf den Pressevertriebs- und Werbemärkten weiterhin zu spüren sein, zumal die Marktstabilisierung auf einem vergleichsweise niedrigeren Niveau eingesetzt hat.

Insgesamt rechnen wir im **Konzern** für das Geschäftsjahr 2010 mit stabilen bis leicht steigenden Umsätzen im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Den voraussichtlich sinkenden Vertriebs Erlösen sollen höhere Werbe- und übrige Erlöse gegenüberstehen. Wir gehen davon aus, dass der Rückgang im Printgeschäft durch steigende Erlöse bei den digitalen Medien kompensiert werden kann. Aufgrund operativer Verbesserungen, positiver Effekte aus Restrukturierungen und fortgesetzter Kostendisziplin in allen Konzernbereichen soll das EBITDA den Vorjahreswert um etwa 10 % übertreffen.

Sofern sich die konjunkturelle Belebung fortsetzt, gehen wir für das Geschäftsjahr 2011 von einer weiteren leichten Umsatz- und EBITDA-Steigerung aus. Dabei wird der kontinuierliche Ausbau des internationalen und digitalen Geschäfts wesentlicher Treiber dieser Entwicklung sein.

Bei den **Segmenten** rechnen wir mit einem moderaten Rückgang der Gesamterlöse bei Zeitungen National, bedingt durch leicht rückläufige Werbe- und Vertriebs-erlöse. Trotz des rückläufigen Beteiligungsergebnisses durch den Wegfall der Beiträge der veräußerten Regionalzeitungen streben wir aufgrund der eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen eine Steigerung des EBITDA an.

Die inländischen Zeitschriften bewegen sich weiterhin in einem besonders herausfordernden Wettbewerbsumfeld; die Erlöse sehen wir auf dem Werbe- und Pressevertriebsmarkt weiterhin unter Druck. Trotzdem gehen wir davon aus, dass das EBITDA des Segments Zeitschriften National aufgrund der durchgeführten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung den Vorjahreswert übertreffen wird.

Nach den ersten Anzeichen einer Marktstabilisierung im vierten Quartal 2009 sind die Erwartungen im Segment Print International verhalten positiv, auch wenn sich die Werbe- und Vertriebs Erlöse voraussichtlich nochmals rückläufig entwickeln werden. Das EBITDA soll sich deutlich über dem Vergleichswert 2009 bewegen, auch weil sich positive Effekte aus der erheblichen Reduzierung der Kostenstrukturen erstmals ganzjährig auswirken werden.

Die erwarteten deutlichen Umsatzzuwächse bei den digitalen Medien beruhen auf organischem Wachstum ebenso wie auf der ganzjährigen Konsolidierung von StepStone und Digital Window. Zum deutlichen Plus sollen sowohl Werbeerlöse als auch übrige Erlöse beitragen. Aus dem deutlichen Umsatzanstieg sowie der zunehmenden Profitabilisierung der markengebundenen Online-Aktivitäten resultiert voraussichtlich eine Steigerung des Segment-EBITDA.

Für das Segment Services/Holding gehen wir von leicht rückläufigen Erlösen und aufgrund höherer Projektkosten und geringerer Beteiligungsergebnisse von einem EBITDA unter Vorjahr aus.

Erwartete Finanz- und Vermögenslage

Die Finanz- und Vermögenslage wird sich nach derzeitigem Planungsstand binnen Jahresfrist nicht wesentlich verändern. Axel Springer verfügt über umfassende kurz-

und langfristige Kreditlinien, die auch für Akquisitionen genutzt werden können. Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte dürften sich auf Basis der bislang geplanten Investitionsprojekte – u. a. zur Weiterentwicklung von webbasierten Systemen und der IT-Infrastruktur – über dem Vorjahreswert bewegen. Die Finanzierung erfolgt aus dem operativen Cashflow.

Dividendenpolitik

Axel Springer strebt eine kontinuierliche Dividendenpolitik im Einklang mit der Geschäfts- und Ergebnisentwicklung an, die eine weitere Stärkung der Kapitalbasis und die Finanzierung von Wachstum ermöglicht.

Erwartete Entwicklung der Mitarbeiterzahl

Die Zahl der Mitarbeiter im Konzern wird trotz kontinuierlicher Anpassungsmaßnahmen im inländischen Printgeschäft im Jahresdurchschnitt 2010 voraussichtlich über dem Vorjahreswert liegen. Wesentlicher Grund hierfür ist die Einbeziehung von StepStone und Digital Window in den Axel Springer Konzern. Darüber hinaus wird auch das organische Wachstum bei den digitalen Medien in einem leichten Personalaufbau resultieren.

Planungsgrundlagen

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

Angaben nach §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB und erläuternder Bericht nach § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft beträgt € 98.940.000 und ist eingeteilt in 32.980.000 auf den Namen lautende Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals in Höhe von je € 3,00. Die Aktien können nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragen werden (sogenannte vinkulierte Namensaktien, s. unten). Verschiedene Aktiengattungen bestehen nicht.

Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und ist maßgebend für den Anteil der Aktionäre am Gewinn der Gesellschaft. Hiervon ausgenommen sind von der Gesellschaft gehaltene eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Rechte zustehen (vgl. § 71b AktG).

Beschränkungen, die die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Gemäß § 5 Abs. 3 der Satzung der Gesellschaft können die Aktien sowie Bezugsrechte auf Aktien der Axel Springer AG nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragen werden. Die Zustimmung erteilt der Vorstand, wobei im Innenverhältnis über die Erteilung der Zustimmung der Aufsichtsrat beschließt. Die Zustimmung kann gemäß der Satzung ohne Angaben von Gründen verweigert werden. Die Zustimmung zur Übertragung der Aktien wird von der Gesellschaft aber nicht willkürlich verweigert.

Schuldrechtliche Übertragungsbeschränkungen ergeben sich aus den folgenden Vinkulierungsvereinbarungen, die die Gesellschaft mit verschiedenen Aktionären geschlossen hat, um die Einhaltung der satzungsmäßigen Vinkulierung bei mittelbaren Aktienübertragungen sicherzustellen. Im Gegenzug hat die Gesellschaft regelmäßig der Verpfändung der betreffenden Aktien an die finanzierenden Banken zugestimmt.

■ Im Zusammenhang mit dem Aktienerwerb durch Hellman & Friedman im Oktober 2003 hat die Gesellschaft am 8. Oktober 2003 mit Hellman & Friedman (und mit Hellman & Friedman verbundenen Erwerbsgesellschaften sowie der Deutsche Bank Aktiengesellschaft und der Deutsche Bank Luxembourg S.A.) eine Vinkulierungsvereinbarung geschlossen. In dieser Vereinbarung haben Hellman & Friedman die satzungsmäßige Vinkulierung der Aktien der Gesellschaft ausdrücklich

für sich selbst sowie mit ihnen verbundene Unternehmen als verbindlich anerkannt. Im Gegenzug hat sich die Gesellschaft gegenüber Hellman & Friedman verpflichtet, einen breit gestreuten Verkauf der von Hellman & Friedman gehaltenen Aktien über die Börse oder im Wege einer Zweitplatzierung zu unterstützen (unter der Bedingung, dass an einen einzelnen Investor nicht mehr als 4 % des Grundkapitals übertragen werden) und sämtliche Maßnahmen zu ergreifen, die für eine Zulassung der Aktien der Axel Springer AG an der Frankfurter Wertpapierbörse erforderlich sind. Die Vinkulierungsvereinbarung stellt dabei ausdrücklich klar, dass die Unterstützungsverpflichtungen der Gesellschaft die satzungsmäßige Vinkulierung der Aktien unberührt lassen. Durch die teilweise Veräußerung der von Hellman & Friedman gehaltenen Aktien im Geschäftsjahr 2006 (9,8 % des seinerzeit bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft) ist es zu einer solchen Zweitplatzierung gekommen.

■ Eine weitere Vinkulierungsvereinbarung wurde am 16. Februar 2006 im Rahmen des Erwerbs von Aktien der Gesellschaft durch die Good Media Investment Holdings S.A.R.L. von Dr. h. c. Friede Springer zwischen Michael Lewis, der Nova Trust Ltd. in ihrer Eigenschaft als Treuhänder des The Michael Lewis Capital Discretionary Settlements und weiteren von der Nova Trust Ltd. allein oder mehrheitlich, mittelbar und unmittelbar gehaltenen sogenannten ML-Investoren (Hague Holdings Ltd., Colmar Investment Holdings Ltd. und Media Investment Holdings S.A.R.L.) sowie The Governor and Company of the Bank of Scotland und der Gesellschaft abgeschlossen. In dieser Vinkulierungsvereinbarung haben sich die aufseiten von Michael Lewis beteiligten Gesellschaften verpflichtet, die satzungsmäßige Vinkulierung der Aktien bei sämtlichen mittelbaren und unmittelbaren Erwerben, Verfügungen und Belastungen über Aktien an der Gesellschaft zu beachten. Mit Ergänzungsvereinbarung vom 31. Juli/11. September 2006 hat die Gesellschaft vorab ihre Zustimmung zum Erwerb von bis zu 340.000 weiteren Aktien der Gesellschaft (bzw. 1 % des bestehenden Grundkapitals) durch die Good Media Investment Holdings S.A.R.L. erteilt und die Parteien haben die Verpflichtungen aus der Vinkulierungsvereinbarung vom 16. Februar 2006 auch auf die künftig zu erwerbenden Aktien erstreckt. Mit Bes-

tätigungsvereinbarung vom 21. Mai 2007 haben die Parteien klargestellt, dass die vorgenannten Vereinbarungen auch für eine Darlehenshöhung und das bereits bestehende Pfandrecht, das vorsorglich noch einmal nachrangig für die Aktien vereinbart wurde, gelten.

- Schließlich wurde am 31. Juli/4. August 2006 eine Vinkulierungsvereinbarung zwischen Dr. Mathias Döpfner, der Brilliant 310. GmbH, der Axel Springer AG und der M.M. Warburg & Co. KGaA abgeschlossen. Durch diese Vinkulierungsvereinbarung werden der unmittelbare und mittelbare Erwerb von und die unmittelbare und mittelbare Verfügung über Aktien der Axel Springer AG durch die Brilliant 310. GmbH bzw. durch Dr. Mathias Döpfner der vorherigen Zustimmung der Axel Springer AG gemäß der Satzung der Gesellschaft unterworfen.

Des Weiteren bestehen schuldrechtliche Übertragungsbeschränkungen im Zusammenhang mit dem Gratisaktien- und Aktienbeteiligungsprogramm für die Mitarbeiter des Axel Springer Konzerns. Die Haltefrist beträgt ein Jahr im Rahmen des Gratisaktienprogramms und zwei Jahre im Rahmen des Aktienbeteiligungsprogramms (s. Seite 46).

Stimmrechtsbeschränkungen sind der Gesellschaft nicht bekannt.

Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Zum Ende des Geschäftsjahres 2009 war die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG mit rund 51,5 % am Kapital der Gesellschaft beteiligt. Diese Beteiligung ist der AS Publizistik GmbH (in ihrer Funktion als Komplementärin der Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. KG), der Friede Springer GmbH & Co. KG, der Friede Springer Verwaltungs-GmbH (in ihrer Funktion als Komplementärin der Friede Springer GmbH & Co. KG) sowie Dr. h. c. Friede Springer selbst zuzurechnen. Zum Ende des Geschäftsjahres war Dr. h. c. Friede Springer darüber hinaus am Grundkapital der Gesellschaft unmittelbar mit rund 7,0 % beteiligt. Die von Dr. h. c. Friede Springer kontrollierte Beteiligung an der Gesellschaft beläuft sich damit insgesamt auf rund 58,5 %.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

Art der Stimmrechtsausübung, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben

Im Rahmen der beiden im Jahr 2009 durchgeführten Aktienprogramme (s. Seite 46) ist hinsichtlich der an die Mitarbeiter übertragenen Aktien zunächst die Deutsche Bank AG mit Aktien im Fremdbesitz in das Aktienregister eingetragen worden. Es steht jedoch jedem Mitarbeiter frei, sich selbst als Aktionär in das Aktienregister eintragen zu lassen.

Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern und die Änderung der Satzung

Der Vorstand der Axel Springer AG besteht nach der Satzung der Gesellschaft aus mindestens zwei Mitgliedern. Der Aufsichtsrat bestimmt die Anzahl der Mitglieder des Vorstands, bestellt sie und beruft sie ab. Die Bestellung oder Verlängerung erfolgt auf höchstens fünf Jahre; eine wiederholte Bestellung oder Verlängerung der Amtszeit ist jeweils für höchstens fünf Jahre zulässig (vgl. im Einzelnen § 84 Abs. 1 Sätze 1 bis 4 AktG). Werden mehrere Personen zu Vorstandsmitgliedern bestellt, so kann der Aufsichtsrat ein Mitglied zum Vorsitzenden des Vorstands ernennen (§ 84 Abs. 2 AktG). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten das Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG). Der Aufsichtsrat kann die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt (vgl. im Einzelnen § 84 Abs. 3 Sätze 1 und 2 AktG).

Satzungsänderungen erfolgen durch Beschluss der Hauptversammlung mit einer Mehrheit, die – neben der einfachen Stimmmehrheit – mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst (vgl. § 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. § 21 Abs. 2 der Satzung der Gesellschaft). Eine Änderung der in § 3 der Satzung niedergelegten Grundsätze der

Unternehmensführung bedarf dabei einer Mehrheit, die mindestens vier Fünftel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals umfasst (vgl. § 21 Abs. 3 der Satzung der Gesellschaft).

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Satzungsänderungen zu beschließen, die nur die Fassung betreffen (§ 13 der Satzung der Gesellschaft).

Befugnisse des Vorstands, Aktien auszugeben oder zurückzukaufen

Bei der Axel Springer AG besteht weder ein genehmigtes Kapital, das den Vorstand zur Ausgabe neuer Aktien ermächtigt, noch ein bedingtes Kapital.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 23. April 2009 (Tagesordnungspunkt 6) ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Oktober 2010 ermächtigt worden, eigene Aktien der Gesellschaft bis zur Höhe von 10 % des derzeitigen Grundkapitals zu erwerben. Der Erwerb darf über die Börse oder mittels eines an alle Aktionäre gerichteten öffentlichen Angebots bzw. einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe eines Angebots erfolgen.

Darüber hinaus ist die Gesellschaft ermächtigt, bis zum 22. Oktober 2010 eigene Aktien im Zusammenhang mit dem von der Hauptversammlung am 14. April 2004 beschlossenen Unternehmensbeteiligungsprogramm für den Vorstand zu erwerben (Tagesordnungspunkt 7 der Hauptversammlung vom 23. April 2009).

Zusammen mit den von der Gesellschaft gehaltenen oder ihr gemäß §§ 71a ff. AktG zuzurechnenden Aktien dürfen die aufgrund der vorstehenden Ermächtigungen erworbenen Aktien zu keinem Zeitpunkt 10 % des Grundkapitals der Gesellschaft übersteigen. Einzelheiten der beiden Ermächtigungen können der Einladung zur Hauptversammlung am 23. April 2009 entnommen werden, die auf der Internetseite der Axel Springer AG verfügbar ist (s. die Tagesordnungspunkte 6 und 7 sowie den hierzu erstatteten Bericht des Vorstands).

Die Gesellschaft hielt zum Ende des Geschäftsjahres 3.179.784 eigene Aktien (entspricht 9,6 % des Grundkapitals).

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen

Die Gesellschaft hat mit Ausnahme einer Kreditlinie über € 1.500.000.000 keine wesentlichen Vereinbarungen geschlossen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen. Die der Gesellschaft von einem Bankenkonsortium eingeräumte Kreditlinie über € 1.500.000.000 vom 14. August 2006 steht insoweit unter der Bedingung eines Kontrollwechsels, als das Bankenkonsortium die Kreditlinie in diesem Fall mit einer Frist von 30 Tagen kündigen kann. Kontrollwechsel im Sinne der Kreditlinie ist dabei – vorbehaltlich einzelner näher definierter Ausnahmetatbestände, die an die derzeit kontrollierenden Gesellschafter der Axel Springer AG anknüpfen – der Erwerb von Aktien der Axel Springer AG in einem Umfang von mehr als 50 % des Grundkapitals und/oder der Stimmrechte durch eine oder mehrere gemeinsam handelnde Personen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit Vorstandsmitgliedern oder Arbeitnehmern getroffen sind

Die überwiegende Zahl der Mitglieder des Vorstands ist berechtigt, ihre Dienstverträge aufgrund eines Kontrollwechsels zu kündigen. In einem derartigen Fall haben sie Anspruch auf Zahlung des Grundgehalts für die zuletzt vereinbarte restliche Vertragsdauer, mindestens aber ein Jahresgrundgehalt. Außerdem zahlt die Gesellschaft die erfolgsorientierte Vergütung pro rata temporis für die Zeit der Tätigkeit im Jahr des Ausscheidens. Sonstige Vergütungen sehen die Dienstverträge der Vorstandsmitglieder für den Fall der Beendigung des Dienstverhältnisses aufgrund eines Kontrollwechsels nicht vor.

Entsprechende Entschädigungsvereinbarungen mit Arbeitnehmern der Gesellschaft bestehen nicht.

Schlusserklärung gem. § 312 Abs. 3 AktG

„Die Axel Springer AG hat nach den Umständen, die ihr in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem 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.“

Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB und Corporate-Governance-Bericht

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a des Handelsgesetzbuches (HGB) umfasst die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken und eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen. Gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex berichtet der Vorstand in der Erklärung zur Unternehmensführung – zugleich auch für den Aufsichtsrat – über die Corporate Governance des Unternehmens (Corporate-Governance-Bericht).

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Gute Corporate Governance als Leitmotiv

Eine gute Corporate Governance ist für Axel Springer zentraler Bestandteil der verantwortungsvollen Unternehmensführung und -kontrolle und damit eine wesentliche Grundlage für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Wir orientieren uns dabei an dem Maßstab guter Unternehmensführung in Deutschland, insbesondere dem Deutschen Corporate Governance Kodex.

Zur Einhaltung und Umsetzung der Corporate-Governance-Grundsätze haben wir geeignete Maßnahmen ergriffen. Corporate-Governance-Beauftragter ist der Vorstand „Finanzen und Dienstleistungen“. Die Einhaltung und Umsetzung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex werden kontinuierlich überprüft. Darüber wird regelmäßig dem Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitzenden berichtet.

Entsprechenserklärung gem. § 161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat der Axel Springer AG erklären gemäß § 161 AktG:

I. „Dem vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 5. August 2009 bekannt gemachten ‚Deutschen Corporate Governance Kodex‘ (Kodex) in der Fassung vom 18. Juni 2009 wird mit Abweichungen in den folgenden Punkten entsprochen:

1) Die von der Gesellschaft veröffentlichte Liste von Drittunternehmen, an denen sie eine Beteiligung von für das Unternehmen nicht untergeordneter Bedeutung hält, enthält die gesetzlichen Angaben (Ziffer 7.1.4 Satz 3 Kodex).

Sofern danach eine Angabe des Eigenkapitals und des Ergebnisses unterbleiben kann, wird auf solche Angaben verzichtet, um Nachteile für betroffene natürliche Personen zu vermeiden. Im Übrigen macht die Gesellschaft – letztmalig für das Geschäftsjahr 2009 – von der Möglichkeit, einen Teil der Angaben statt im Anhang/Konzernanhang in einer Anteilsbesitzliste darzustellen, vollständig Gebrauch; durch Streichung der §§ 287, 313 Abs. 4 HGB durch das am 29. Mai 2009 in Kraft getretene Gesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts (BilMoG) ist diese Möglichkeit für das Geschäftsjahr 2010 nicht mehr eröffnet.

2) Für die Mitglieder des Aufsichtsrats wird bei der D&O-Versicherung – entsprechend der für Mitglieder des Vorstands geltenden Rechtslage – erst ab 1. Juli 2010 ein Selbstbehalt von mindestens 10 % des Schadens bis mindestens zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder vereinbart (Ziffer 3.8 Satz 5 Kodex).

Da der für Vorstandsmitglieder geltende erhöhte Mindestselbstbehalt (§ 93 Abs. 2 Satz 3 AktG) gemäß § 23 Abs. 1 EGAktG für die – wie bei der Gesellschaft – vor dem 5. August 2009 abgeschlossene D&O-Versicherung erst ab dem 1. Juli 2010 zu vereinbaren ist, soll die Erhöhung des Mindestselbstbehalts für die Mitglieder des Aufsichtsrats aus Gründen der Einheitlichkeit und Effizienz ebenfalls erst zum 1. Juli 2010 erfolgen.

3) Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder sowie die vom Unternehmen an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlten Vergütungen für persönlich erbrachte Leistungen werden im Corporate-Governance-Bericht nicht in individualisierter Form ausgewiesen (Ziffer 5.4.6 Sätze 6 und 7 Kodex).

Die Angaben erfolgen nicht individualisiert, da auch von Wettbewerbern der Axel Springer AG keine Bezüge veröffentlicht werden.

II.a.

Dem vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 8. August 2008 bekannt gemachten ‚Deutschen Corporate Governance Kodex‘ (Kodex) in der Fassung vom 6. Juni 2008 wurde im Zeitraum seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2008 mit Abänderungen im Februar 2009 bis zur Bekanntgabe der neuen Kodexfassung am 5. August 2009 mit den oben genannten Ausnahmen Nr. I. 1) und I. 3) sowie den nachfolgenden Ausnahmen entsprochen:

1) Über das Vergütungssystem für den Vorstand einschließlich der wesentlichen Vertragselemente hat im Geschäftsjahr 2009 wie schon bisher der Personalausschuss des Aufsichtsrats der Gesellschaft beschlossen (Ziff. 4.2.2 Satz 1 Kodex).

Durch die Entscheidung im mit Vorstandsfragen regelmäßig befassten Personalausschuss war sichergestellt, dass eine sachgerechte und angemessene Entscheidung getroffen wird. Der Aufsichtsrat beabsichtigt jedoch, entsprechend der Empfehlung des Kodex zukünftig im Plenum über das Vorstandsvergütungssystem zu beschließen.

2) Das Aufsichtsratsplenum hat das Vergütungssystem des Vorstands im Geschäftsjahr 2009 keiner Überprüfung unterzogen (Ziff. 4.2.2 Satz 1 Kodex).

Mit Blick auf die im Geschäftsjahr 2009 erfolgte Entscheidung des Personalausschusses des Aufsichtsrats über das durch Einführung des neuen Managementbeteiligungsprogramms neu strukturierte Vergütungssystem des Vorstands erschien eine weitere Überprüfung des Vergütungssystems so kurze Zeit nach Einführung als nicht sachgerecht. Der Aufsichtsrat beabsichtigt jedoch, entsprechend der Empfehlung des Kodex zukünftig – wie auch in der Vergangenheit – das Vergütungssystem des Vorstands wieder regelmäßig im Plenum zu überprüfen.

3) Das durch die Hauptversammlung am 14. April 2004 verabschiedete Managementbeteiligungsprogramm enthält keine Begrenzungsmöglichkeit (Cap) für außerordentliche, nicht vorhersehbare Entwicklungen (Ziffer 4.2.3 Satz 8 Kodex).

Das Unternehmen hat nahezu keine wirtschaftliche Belastung aus dem Managementbeteiligungsprogramm. Aufgrund eines mit den vom Aktionär H&F Rose Partners, L.P. und H&F International Rose Partners, L.P. geschlossenen Optionsvertrags ist die Axel Springer AG berechtigt, die Anzahl an Aktien, die zuvor im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms an die Mitglieder des Vorstands veräußert wurde, zu einem vergleichbaren Preis zurückzuerwerben. Alternativ erhält die Gesellschaft einen Barausgleich. Aufgrund dieser finanziellen Absicherung des Unternehmens wurde für das Managementbeteiligungsprogramm keine kursabhängige Beschränkung eingeführt.

II.b.

Dem vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 5. August 2009 bekannt gemachten ‚Deutschen Corporate Governance Kodex‘ (Kodex) in der Fassung vom 18. Juni 2009 wurde im Zeitraum seit seiner Bekanntmachung mit den oben genannten Ausnahmen Nr. I. 1), I. 2) und I. 3) sowie Nr. II.a. 1) und II.a. 2) entsprochen.

Berlin, im Dezember 2009

Axel Springer AG

Der Aufsichtsrat

Der Vorstand“

Diese Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG wurde im Dezember 2009 veröffentlicht und kann, ebenso wie ältere Fassungen, über den Link www.axelspringer.de/entsprechenserklärung abgerufen werden.

Relevante Standards und Praktiken der Unternehmensführung

Als einziges Medienunternehmen hat sich Axel Springer eine Unternehmensverfassung gegeben. Diese ist in § 3 der Satzung der Gesellschaft (Grundsätze der Unternehmensführung) verankert und damit Richtschnur für alle Mitarbeiter. Die Unternehmensverfassung kann unter www.axelspringer.de/unternehmensverfassung eingesehen und heruntergeladen werden. Ihre Eckpunkte sind im Kapitel „Gesellschaftliche Verantwortung“ auf Seite 47 dargestellt.

Eine Führungskräfteleitlinie konkretisiert die auf der Unternehmensverfassung aufbauenden Anforderungen an das Management im Axel Springer Konzern.

Darüber hinaus hat Axel Springer Leitlinien der journalistischen Unabhängigkeit aufgestellt. Diese Leitlinien konkretisieren und erweitern das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserats für das Unternehmen. Im Einzelnen behandeln sie die Trennung zwischen Werbung und redaktionellen Texten sowie zwischen privaten und geschäftlichen Interessen der Redakteure, verbieten persönliche Vorteilmnahme und nehmen Stellung zum Umgang mit Quellen. Die Leitlinien stellen damit die Rahmenbedingungen für unabhängigen und kritischen Journalismus in den Redaktionen sämtlicher Medien des Konzerns dar. Die Chefredakteure sind für die Einhaltung der Leitlinien und ihre Implementierung im Tagesgeschäft verantwortlich. Die vollständigen Leitlinien können unter www.axelspringer.de/leitlinien abgerufen werden.

Schließlich hat Axel Springer einen Katalog sozialer Standards entwickelt. Diese International Social Policy erklärt die Haltung des Unternehmens u. a. zu Fragen der Menschenrechte, der Rechtsverbindlichkeit, des Kinder- und Jugendschutzes, des Umgangs mit Mitarbeitern, der Gesundheit und Sicherheit sowie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Die International Social

Policy steht unter www.axelspringer.de/socialpolicy zum Download bereit.

Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben vollziehen sich Leitung und Kontrolle bei Axel Springer über ein duales Führungssystem. Der Vorstand leitet die Gesellschaft unter eigener Verantwortung. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands und überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zur Steigerung des Unternehmenswerts eng und vertrauensvoll zusammen. Die beiden Organe sind hinsichtlich der personellen Besetzung und ihrer Kompetenzen strikt voneinander getrennt.

Geschäftsführung durch den Vorstand

Der Vorstand ist in seiner Leitungsfunktion an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswerts verpflichtet. Er entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens und ist in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat verantwortlich für deren Umsetzung. Der Vorstand führt die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe der relevanten Gesetze, der Satzung und seiner Geschäftsordnung.

Er informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Wesentliche Vorstandsentscheidungen bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats. Dies sind insbesondere die Schaffung oder Aufgabe von Geschäftsbereichen, Erwerb oder Veräußerung von bedeutenden Unternehmensbeteiligungen und die Verabschiedung der jährlichen Unternehmensplanung und des Finanzplans der Gesellschaft.

Näheres regelt die Geschäftsordnung des Vorstands. Die Geschäftsordnung beinhaltet u. a.

- Die Verpflichtung zur Beachtung, Einhaltung und konzernweiten Verankerung der Unternehmensverfassung
- Den Geschäftsverteilungsplan und die vom Gesamtvorstand zu treffenden Entscheidungen
- Die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden
- Geschäfte, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen
- Bestimmungen zur regelmäßigen, zeitnahen und umfassenden Information des Aufsichtsrats
- Regelungen zu Sitzungen und Beschlussverfahren
- Berichtspflichten und die Verpflichtung zur Offenlegung von Interessenkonflikten.

Der **Vorstand** besteht derzeit aus vier Mitgliedern:

- Dr. Mathias Döpfner (Vorstandsvorsitzender, Vorstand „Abonnementzeitungen und Internationales“)
- Rudolf Knepper (stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Vorstand „Technik, Logistik und Personal“)
- Lothar Lanz (Vorstand „Finanzen und Dienstleistungen“)
- Dr. Andreas Wiele (Vorstand „BILD-Gruppe und Zeitschriften“)

Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die Geschäftsführung, arbeiten kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig laufend über wichtige Maßnahmen und Vorgänge in ihren Geschäftsbereichen.

Kontrolle und Beratung durch den Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat besteht aus neun Mitgliedern, die durch die Hauptversammlung gewählt werden. Die Amtsperiode des Aufsichtsrats beträgt fünf Jahre; eine Wiederwahl ist zulässig. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats wird aus der Mitte des Gremiums gewählt; dabei stimmt die Amtszeit des Aufsichtsratsvorsitzenden mit der des Aufsichtsrats überein. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und kontrolliert die Vorstandsarbeit. Er tritt mindestens viermal im Jahr zusammen und tagt bei Bedarf ohne den Vorstand. Schriftliche, telefonische, fernschriftliche oder mithilfe sonstiger Mittel der Telekommunikation durchgeführte Sitzungen und Beschlussfassungen sind zulässig. In regelmäßigen Abständen erörtert der Aufsichtsrat Geschäftsentwicklung, Planung, Strategie und wesentliche Investitionen. Der Aufsichtsrat stellt den Jahresabschluss der Axel Springer AG fest und billigt den Konzernabschluss. Er überprüft regelmäßig die Effizienz seiner Arbeit. Im Hinblick auf die konkrete Tätigkeit des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2009 wird auf den Bericht des Aufsichtsrats verwiesen (s. Seiten 106ff.).

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats erfüllt mit den in der Entsprechenserklärung aufgeführten wenigen Ausnahmen die Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Die Regelungen betreffen u. a.

- Die Wahl und die Aufgaben des Aufsichtsratsvorsitzenden und dessen Stellvertreters
- Die Einberufung von Sitzungen
- Die Beschlussfassung innerhalb von Sitzungen oder über schriftliche bzw. telefonische Abstimmung
- Die Verpflichtung zur Offenlegung bei Interessenkonflikten.

Die Mitglieder des **Aufsichtsrats** sind:

- Dr. Giuseppe Vita (Vorsitzender)
- Dr. h. c. Friede Springer (stellvertretende Vorsitzende)
- Dr. Gerhard Cromme
- Oliver Heine
- Klaus Krone
- Prof. Dr. Wolf Lepenies
- Michael Lewis
- Dr. Michael Otto
- Brian M. Powers

Die Amtszeit sämtlicher derzeitiger Aufsichtsratsmitglieder endet mit Ablauf der ordentlichen Hauptversammlung 2014.

Zusammensetzung und Arbeitsweise von Ausschüssen

Der Vorstand hat keine Ausschüsse gebildet. Der Aufsichtsrat hat derzeit die vier Ausschüsse Präsidium, Personalausschuss, Nominierungsausschuss und Audit Committee gebildet. Die Ausschüsse haben die nachfolgend aufgeführten Zuständigkeiten und Mitglieder:

Präsidium

Zuständigkeiten	Mitglieder im Geschäftsjahr 2009
<ul style="list-style-type: none"> ■ Verlegerische und journalistische Angelegenheiten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Giuseppe Vita (Vorsitzender)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Strategie, Finanzplanung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. h. c. Friede Springer (stellvertretende Vorsitzende)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Investitionen, Finanzierung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Gerhard Cromme
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorbereitung der Entscheidungen zur Organisation des Vorstands 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Klaus Krone
<ul style="list-style-type: none"> ■ Zustimmung zur Veräußerung von Namensaktien der Axel Springer AG und von Bezugsrechten auf solche Namensaktien 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Zustimmung zu den dem Präsidium zugewiesenen zustimmungsbedürftigen Geschäftsführungsmaßnahmen 	

Personalausschuss

Zuständigkeiten	Mitglieder im Geschäftsjahr 2009
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorbereitung von Entscheidungen über die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Giuseppe Vita (Vorsitzender)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Abschluss, Änderung und Beendigung der Anstellungsverträge mit Vorstandsmitgliedern (mit Ausnahme der Festsetzung/Änderung der Vorstandsbezüge) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. h. c. Friede Springer (stellvertretende Vorsitzende)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Beschluss über Kreditgewährung im Sinne der §§ 89, 115 AktG 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Gerhard Cromme
<ul style="list-style-type: none"> ■ Zustimmung zu Verträgen mit Aufsichtsratsmitgliedern gemäß § 114 AktG 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vertretung der Gesellschaft bei Rechtsgeschäften mit Vorstandsmitgliedern 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Zustimmung zu den dem Personalausschuss zugewiesenen zustimmungsbedürftigen Geschäftsführungsmaßnahmen 	

Nominierungsausschuss

Zuständigkeiten	Mitglieder im Geschäftsjahr 2009
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorbereitung von Vorschlägen zur Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Giuseppe Vita (Vorsitzender)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erarbeitung und Überprüfung der Anforderungsprofile, welche Qualifikationen die Gesellschaft vom Aufsichtsrat erwartet 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. h. c. Friede Springer (stellvertretende Vorsitzende) ■ Dr. Michael Otto
<ul style="list-style-type: none"> ■ Beobachtung des nationalen und internationalen Umfelds, um geeignete Persönlichkeiten zu identifizieren 	

Audit Committee

Zuständigkeiten	Mitglieder im Geschäftsjahr 2009
<ul style="list-style-type: none"> ■ Entscheidungsvorbereitung zur Feststellung des Jahresabschlusses und Billigung des Konzernabschlusses 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dr. Giuseppe Vita (Vorsitzender) ■ Dr. h. c. Friede Springer (stellvertretende Vorsitzende)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorprüfung von Jahresabschluss, Abhängigkeitsbericht, Konzernabschluss, Lagebericht und Konzernlagebericht 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Klaus Krone ■ Oliver Heine, seit April 2009
<ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung des Vorschlags über die Gewinnverwendung 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung der Zwischenabschlüsse bzw. Zwischenberichte 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Überprüfung des Risikomanagementsystems 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erörterung des Prüfungsberichts und des Berichts über die prüferische Durchsicht der Zwischenabschlüsse mit dem Abschlussprüfer 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorbereitung des Vorschlags zur Wahl des Abschlussprüfers an die Hauptversammlung 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Erteilung des Prüfungsauftrags für Jahresabschluss und Konzernabschluss, Festlegung von Prüfungsschwerpunkten 	

Interessenkonflikte

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats sind dem Unternehmensinteresse verpflichtet. Bei seinen Entscheidungen darf kein Mitglied eines der beiden Gremien persönliche Interessen verfolgen und Geschäftschancen, die dem Unternehmen zustehen, für sich nutzen.

Vorstandsmitglieder dürfen im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit weder für sich noch für andere Personen von Dritten Zuwendungen oder sonstige Vorteile fordern oder annehmen oder Dritten ungerechtfertigte Vorteile gewähren. Nebentätigkeiten des Vorstands bedürfen der Zustimmung des Aufsichtsrats. Während ihrer Tätigkeit für Axel Springer unterliegen die Vorstandsmitglieder einem umfassenden Wettbewerbsverbot.

Jedes Vorstandsmitglied hat dem Aufsichtsrat gegenüber Interessenkonflikte unverzüglich offenzulegen. Ebenfalls hat jedes Aufsichtsratsmitglied solche Konflikte gegenüber dem Aufsichtsrat unverzüglich offenzulegen; der Aufsichtsrat berichtet der Hauptversammlung über etwaige Interessenkonflikte und deren Behandlung (wegen der im Geschäftsjahr aufgetretenen Interessenkonflikte vgl. den Bericht des Aufsichtsrats, Seite 106, sowie den nachstehenden Corporate-Governance-Bericht).

Mitgliedschaften der Organe in anderen Kontrollgremien

Eine Übersicht über die Mitgliedschaften der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder der Axel Springer AG in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und/oder in vergleichbaren in- und ausländischen Gremien ist auf der Seite 180 dargestellt.

Corporate-Governance-Bericht 2009

Weiterentwicklung der Corporate Governance

Die am 18. Juni 2009 verabschiedete neue Fassung des Deutschen Corporate Governance Kodex enthält eine Reihe von Änderungen, die im Wesentlichen durch das im August 2009 in Kraft getretene Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) hervorgerufen wurden:

- Ziffer 3.8 des DCGK enthält jetzt quantitative Anforderungen an den Selbstbehalt von Vorstandsmitgliedern im Rahmen einer D&O-Versicherung. Er hat sich auf mindestens 10 % des Schadens zu belaufen; die Obergrenze muss bei mindestens dem Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung liegen. Für den Aufsichtsrat soll ein entsprechender Selbstbehalt vereinbart werden.

- Gemäß Ziffer 4.2.2 setzt das Aufsichtsratsplenum die Gesamtvergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder fest. Darüber hinaus soll das Vergütungssystem für den Vorstand im Plenum beschlossen und regelmäßig überprüft werden. Die Angemessenheit der Gesamtvergütung muss sich u. a. an den Aufgaben des einzelnen Vorstandsmitglieds, seiner persönlichen Leistung sowie der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens orientieren. Bei einem extern hinzugezogenen Vergütungsexperten soll auf dessen Unabhängigkeit geachtet werden.
- Die Vergütungsstruktur ist gemäß Ziffer 4.2.3 auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung auszurichten; variable Vergütungsteile sollen grundsätzlich eine mehrjährige Bemessungsgrundlage haben, positiven wie negativen Entwicklungen Rechnung tragen und nicht zum Eingehen unangemessener Risiken verleiten.
- Ziffer 4.2.4 wurde anhand der gesetzlichen Vorschriften zur individualisierten Offenlegung der Vorstandsvergütung aktualisiert.

Weitere Änderungen beziehen sich auf den Aufsichtsrat. Er soll sowohl bei der Zusammensetzung des Vorstands als auch bei Vorschlägen zur Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern auf Vielfalt (Diversity) achten. Vorstandsmitglieder dürfen vor Ablauf einer Frist von zwei Jahren nach dem Ende ihrer Bestellung nicht Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft werden, es sei denn, ihre Wahl erfolgt auf Vorschlag von Aktionären, die mehr als 25 % der Stimmrechte an der Gesellschaft halten. In letzterem Fall soll der Wechsel in den Aufsichtsratsvorsitz eine gegenüber der Hauptversammlung zu begründende Ausnahme sein. Zusätzlich wird angeregt, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses unabhängig und kein ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft sein sollte, dessen Bestellung vor weniger als zwei Jahren endete.

Axel Springer folgt den neuen gesetzlichen Vorgaben und Kodex-Empfehlungen mit der Maßgabe, dass die neuen Regelungen und Empfehlungen zum Selbstbehalt im Rahmen der D&O-Versicherung zur Jahresmitte 2010 eingeführt werden. Die Überprüfung des Vergütungssystems des Vorstands durch das Aufsichtsratsplenum im

Berichtsjahr erschien im Hinblick darauf, dass ohnehin weite Teile der langfristigen variablen Vergütungselemente im Geschäftsjahr 2009 neu eingeführt wurden, nicht erforderlich. Der Aufsichtsrat beabsichtigt jedoch, entsprechend der Empfehlung des Kodex zukünftig – wie auch in der Vergangenheit – das Vergütungssystem des Vorstands wieder regelmäßig im Plenum zu überprüfen. Wegen weiterer Abweichungen von Empfehlungen des Kodex wird auf die Entsprechenserklärung vom Dezember 2009 verwiesen.

Interessenkonflikte

Im Berichtsjahr kam es bei keinem Vorstandsmitglied zu einem Interessenkonflikt. Im Aufsichtsrat traten im Berichtsjahr die folgenden beiden Interessenkonflikte auf: Im Juli 2009 befasste sich der Aufsichtsrat mit dem Abschluss eines Settlement Agreement zwischen der Axel Springer AG und Hellman & Friedman. Gegenstand dieser Vereinbarung war der Verzicht der Gesellschaft auf die ihr gegen Hellman & Friedman im Zusammenhang mit dem Managementbeteiligungsprogramm zustehende Call-Option zum Bezug von 62.300 Aktien der Gesellschaft. Im Gegenzug erhielt Axel Springer einen Barausgleich. Zur Vermeidung etwaiger Interessenkonflikte hat das Aufsichtsratsmitglied Brian Powers an der Abstimmung nicht teilgenommen. Im Dezember 2009 stimmte der Aufsichtsrat auf Empfehlung des Personalausschusses der Barabgeltung der den berechtigten Vorständen aus dem Managementbeteiligungsprogramm 2004 zustehenden, im Dezember 2009 ablaufenden Optionen sowie einer Vereinbarung mit Hellman & Friedman über eine Änderung der Call-Optionsvereinbarung vom 8. April 2004 zu. Brian Powers hat sich dabei ebenfalls zur Vermeidung etwaiger Interessenkonflikte der Stimme enthalten. Weitere Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern sind im Geschäftsjahr 2009 nicht aufgetreten.

Aktionäre und Hauptversammlung

Die Hauptversammlung der Axel Springer AG ist das zentrale Organ, über das die Aktionäre ihre Rechte wahrnehmen und ihre Stimmrechte ausüben können. Jede Stückaktie gewährt auf der Hauptversammlung eine Stimme. Stimmberechtigt sind diejenigen Aktionäre, die im Aktienregister eingetragen sind und sich rechtzeitig angemeldet haben. Den Vorsitz der Hauptversammlung führt der Aufsichtsratsvorsitzende. Um den Aktionä-

ren die Wahrnehmung ihrer Interessen während der Hauptversammlung zu erleichtern, kann das Stimmrecht durch Bevollmächtigte ausgeübt werden. Insbesondere benennt die Axel Springer AG für die Hauptversammlung einen Stimmrechtsvertreter, den Aktionäre mit der weisungsgebundenen Ausübung ihres Stimmrechts betrauen können. Alle erforderlichen Berichte und Unterlagen werden den Anteilseignern zuvor auch über die Unternehmenswebseite zugänglich gemacht.

Die Hauptversammlung beschließt namentlich über die Verwendung des Bilanzgewinns, die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats, die Wahl des Aufsichtsrats, die Wahl des Abschlussprüfers und sonstige ihr durch Gesetz zugewiesene Angelegenheiten, wie z. B. Kapitalmaßnahmen und sonstige Satzungsänderungen. Die Beschlüsse der Hauptversammlung bedürfen der Mehrheit der abgegebenen Stimmen, soweit nicht das Gesetz oder die Satzung zwingend anderes vorschreibt. Die Satzung kann auf der Unternehmenswebseite www.axelspringer.de/satzung eingesehen werden.

Transparenz

Axel Springer ist dem Anspruch verpflichtet, sämtliche Kapitalmarktteilnehmer stets umfassend, zeitnah und zeitgleich sowie einheitlich über alle wesentlichen Ereignisse und Nachrichten zu informieren, die zur Beurteilung des aktuellen und zukünftigen Geschäftsverlaufs des Unternehmens wichtig sind. Die Berichterstattung über die Geschäftslage und die Ergebnisse des Konzerns erfolgt durch den Geschäftsbericht, die jährliche Bilanzpressekonferenz sowie Quartalsberichte. Dazu nutzt das Unternehmen auch nach Möglichkeit die Übertragungswege im Internet. Wir veröffentlichen darüber hinaus Informationen, soweit rechtlich erforderlich, durch Ad-hoc-Mitteilungen sowie durch Pressemitteilungen und über die Internetseiten des Unternehmens.

Zur Gewährleistung der Gleichbehandlung aller Kapitalmarktteilnehmer werden kapitalmarktrelevante Informationen zugleich in deutscher und englischer Sprache auch auf der Internetseite veröffentlicht. Die Termine der Finanzberichterstattung werden mit ausreichendem zeitlichem Vorlauf im Finanzkalender öffentlich gemacht. Meldepflichtige Änderungen der Zusammensetzung der Aktio-

närstruktur gemäß § 26 WpHG (Wertpapierhandelsgesetz) sowie eigene Geschäfte mit Aktien der Gesellschaft von Personen, die bei Axel Springer Führungsaufgaben wahrnehmen (Directors' Dealings), werden gemäß § 15a WpHG ebenfalls umgehend veröffentlicht.

Aktienbesitz und Directors' Dealings

Die Vorstandsmitglieder des Unternehmens hielten zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2009 insgesamt direkt oder indirekt 429.684 Aktien der Axel Springer AG. Davon hielt der Vorstandsvorsitzende Dr. Mathias Döpfner indirekt über die Brilliant 310. GmbH 373.449 Aktien. Die restlichen von den Vorstandsmitgliedern (einschließlich Dr. Mathias Döpfner) gehaltenen 56.235 Aktien werden von diesen direkt gehalten. Den aus dem Managementbeteiligungsprogramm 2004 berechtigten, zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2009 amtierenden Vorstandsmitgliedern, stehen auf der Grundlage und unter den Bedingungen des Managementbeteiligungsprogramms 2004 zudem Optionen auf den Bezug von insgesamt bis zu 214.312 weiteren Aktien der Axel Springer AG zu.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats hielten zum Bilanzstichtag direkt oder indirekt insgesamt 20.511.437 Aktien der Axel Springer AG. Dr. h. c. Friede Springer hielt 17.000.010 Aktien indirekt über die Friede Springer GmbH & Co. KG und die Axel Springer Gesellschaft für Publizistik GmbH & Co. sowie 2.308.980 Aktien direkt. Weitere 1.190.447 Aktien hielt Michael Lewis indirekt über Good Media Investment Holdings S.à. r.l. und über TriAlpha Oceana Concentrated Opportunities Fund Ltd. 10.000 Aktien wurden von Dr. Giuseppe Vita und 2.000 Aktien von Herrn Oliver Heine gehalten.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

Der Konzernabschluss und die Zwischenabschlüsse werden nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt, wie sie in der EU anzuwenden sind. Der Konzernabschluss enthält ergänzend die nach § 315a Abs. 1 HGB geforderten Angaben.

Für die Aufstellung des Konzernabschlusses ist der Vorstand der Axel Springer AG verantwortlich. Eine Prüfung des Konzernabschlusses erfolgt durch den Abschlussprüfer. Innerhalb von 90 Tagen nach Ende des Berichts-

zeitraums veröffentlicht Axel Springer den Konzernabschluss, innerhalb von 45 Tagen die Quartalsberichte.

Das Unternehmen macht von der Möglichkeit vollständig Gebrauch, einen Teil der Angaben statt im Anhang/Konzernanhang in einer Anteilsbesitzliste darzustellen. Die Anteilsbesitzliste enthält die gesetzlichen Angaben. Sofern danach eine Angabe des Eigenkapitals und des Ergebnisses unterbleiben kann, verzichten wir auf solche Angaben.

Im Anhang des Konzernabschlusses werden die Beziehungen zu Aktionären, die im Sinne der anwendbaren Rechnungslegungsvorschriften als nahestehende Personen zu qualifizieren sind, erläutert.

Mit dem Abschlussprüfer wird gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex in einem jeden Berichtsjahr vereinbart, dass er den Vorsitzenden des Aufsichtsrats bzw. das Audit Committee über Ausschluss- oder Befangenheitsgründe, die während der Prüfung auftreten, unverzüglich unterrichtet. Die Vereinbarung schließt auch ein, dass er über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Fragestellungen und Vorkommnisse unverzüglich Bericht erstattet, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben. Des Weiteren wird vereinbart, dass der Abschlussprüfer den Vorsitzenden des Audit Committee informiert bzw. im Prüfungsbericht vermerkt, wenn er im Zuge der Abschlussprüfung Tatsachen feststellt, die eine Unrichtigkeit der von Vorstand und Aufsichtsrat nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung ergeben.

Laufende und im Berichtszeitraum beendete Anfechtungs- und Auskunftsklagen

Mit Klage vom 24. Mai 2006 hat Dr. Oliver Krauß die auf der ordentlichen Hauptversammlung am 27. April 2006 gefassten Beschlüsse zu Tagesordnungspunkt 3 (Entlastung des Vorstands), Tagesordnungspunkt 4 (Entlastung des Aufsichtsrats) sowie zu Tagesordnungspunkt 6 (Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG) angefochten. Dem Rechtsstreit vor dem Landgericht Berlin (Az. 93 O 86/06)

ist aufseiten des Klägers die Pomoschnik Rabotajet GmbH beigetreten. Im Anschluss an die mündliche Verhandlung am 26. April 2007 hat das Landgericht Berlin die Klage kostenpflichtig abgewiesen. Der Kläger hat am 12. Juni 2007 Berufung gegen die Entscheidung des Landgerichts Berlin zum Kammergericht Berlin (Az. 23 U 88/07) eingelegt. Die Berufung wurde mit Urteil vom 26. Mai 2008 kostenpflichtig zurückgewiesen. Die Revision gegen das zurückweisende Urteil wurde nur in beschränktem Umfang hinsichtlich des Tagesordnungspunkts 4 (Entlastung des Aufsichtsrats) zugelassen. Gegen das Urteil des Kammergerichts Berlin hat der Kläger Revision zum Bundesgerichtshof (Az. II ZR 174/08) und – soweit die Revision nicht zugelassen wurde – Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt. Auf die Nichtzulassungsbeschwerde hin hat der Bundesgerichtshof die Revision mit Beschluss vom 6. April 2009 vollumfänglich zugelassen. Mit Urteil vom 21. September 2009 hat der Bundesgerichtshof das Berufungsurteil des Kammergerichts Berlin vom 26. Mai 2008 insoweit aufgehoben, als die Anfechtungsklage gegen die Entlastungsbeschlüsse der Hauptversammlung vom 27. April 2006 abgewiesen worden war. Der Bundesgerichtshof hat die entsprechenden Beschlüsse (Tagesordnungspunkte 3 und 4) für nichtig erklärt, weil die von Vorstand und Aufsichtsrat im Dezember 2005 abgegebene, ursprünglich richtige Entsprechenserklärung gemäß § 161 Satz 1 AktG a. F. hinsichtlich der Einhaltung der Empfehlung gemäß Ziffer 5.5.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex unrichtig geworden war, nachdem in dem Bericht des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung die Offenlegung eines Interessenkonflikts aus Versehen unterblieben war. Im Übrigen hat der Bundesgerichtshof die Anfechtungsklage abgewiesen. Die Beschlüsse über die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2005 werden daher auf der Hauptversammlung 2010 wiederholt werden.

Mit Klage vom 18. Mai 2007 hat Dr. Oliver Krauß die auf der ordentlichen Hauptversammlung am 19. April 2007 gefassten Beschlüsse zu Tagesordnungspunkt 3 (Entlastung des Vorstands), Tagesordnungspunkt 4 (Entlastung des Aufsichtsrats) und Tagesordnungspunkt 8 (besondere Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG im Zusammenhang mit dem Unternehmensbeteiligungsprogramm)

angefochten. Dem Rechtsstreit vor dem Landgericht Berlin (Az. 95 O 51/07) ist aufseiten der Beklagten der Aktionär Frank Scheunert beigetreten. Mit Urteil vom 1. November 2007 wurde die Klage kostenpflichtig abgewiesen. Dr. Krauß hat gegen das abweisende Urteil Berufung zum Kammergericht Berlin (Az. 23 U 188/07) eingelegt. Die Berufung wurde in der mündlichen Verhandlung am 7. Juli 2008 kostenpflichtig zurückgewiesen. Die Revision gegen das zurückweisende Urteil wurde nicht zugelassen. Der Kläger hat auch in diesem Verfahren Nichtzulassungsbeschwerde zum Bundesgerichtshof (Az. II ZR 223/08) eingelegt, die der Bundesgerichtshof mit Beschluss vom 21. September 2009 zurückgewiesen hat. Die Abweisung der Klage ist damit rechtskräftig.

Mit Auskunftsklage gemäß § 132 AktG vom 8. Mai 2008 hat Dr. Oliver Krauß beantragt, den Vorstand zur Auskunft über seine in der Hauptversammlung 2008 angeblich nicht beantworteten Fragen zu verpflichten. Der Termin zur mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht Berlin (Az. 90 O 40/08) fand am 27. Oktober 2008 statt. Mit Teilbeschluss vom gleichen Tag hat die zuständige Kammer für Handelssachen des Landgerichts Berlin das Auskunftsverfahren teilweise in der Hauptsache für erledigt erklärt und den Auskunftsantrag hinsichtlich der Mehrzahl der streitgegenständlichen Fragen zurückgewiesen. Mit Schlussbeschluss vom 22. Dezember 2008 hat das Landgericht Berlin den Auskunftsantrag auch hinsichtlich der verbliebenen streitgegenständlichen Frage zurückgewiesen. Gegen den Teilbeschluss vom 27. Oktober 2008 und den Schlussbeschluss vom 22. Dezember 2008 hat der Kläger Beschwerde zum Kammergericht Berlin eingelegt (verbundenes Az. 23 W 69/08). Mit Beschluss vom 16. Juli 2009 hat das Kammergericht Berlin die Beschwerden vollumfänglich zurückgewiesen. Gegen diesen Beschluss hat der Kläger am 30. Juli 2009 Anhörungsrüge erhoben, die das Kammergericht Berlin mit Beschluss vom 2. November 2009 kostenpflichtig zurückgewiesen hat. Die Zurückweisung der Auskunftsklage ist damit rechtskräftig.

Mit einer weiteren Klage vom 20. Mai 2008 hat Dr. Oliver Krauß die auf der ordentlichen Hauptversammlung am 24. April 2008 gefassten Beschlüsse zu Tagesordnungs-

punkt 2 (Verwendung des Bilanzgewinns), Tagesordnungspunkt 3 (Entlastung des Vorstands) und Tagesordnungspunkt 4 (Entlastung des Aufsichtsrats) sowie Tagesordnungspunkt 7 (besondere Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG im Zusammenhang mit dem Unternehmensbeteiligungsprogramm) angefochten. Weiter hat der Aktionär Klaus Zapf am 26. Mai 2008 Anfechtungsklage, hilfsweise Nichtigkeitsklage, gegen den zu Tagesordnungspunkt 3 (Entlastung des Vorstands) gefassten Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 24. April 2008 erhoben. Das Landgericht Berlin hat beide Klagen zu einem Verfahren (Az. 98 O 49/08) verbunden. Dem Rechtsstreit sind aufseiten der Beklagten die Aktionäre Oliver Wiederhold, Gastro Beteiligungs AG und SCI AG beigetreten. Das Landgericht Berlin hat beide Klagen am 17. März 2009 vollumfänglich abgewiesen. Gegen dieses Urteil hat der Kläger Dr. Oliver Krauß Berufung zum Kammergericht Berlin eingelegt (Az. 23 U 63/09), während der Kläger Klaus Zapf das Verfahren nicht weiter betrieben hat. Die mündliche Verhandlung vor dem Kammergericht Berlin fand am 25. Januar 2010 statt, ein Termin zur Verkündung einer Entscheidung wurde bestimmt auf den 25. Februar 2010. Mit Beschluss vom 25. Februar 2010 hat das Kammergericht Berlin einen Fortsetzungs- und Beweistermin auf den 3. Mai 2010 anberaumt.

Mit Auskunftsklage gemäß § 132 AktG vom 6. Mai 2009 hat Dr. Oliver Krauß beantragt, den Vorstand zur Auskunft über seine in der Hauptversammlung 2009 angeblich nicht beantworteten Fragen zu verpflichten. Das Verfahren war vor dem Landgericht Berlin (Az. 93 O 46/09) anhängig, das die Auskunftsklage mit Beschluss vom 5. Januar 2010 ohne mündliche Verhandlung vollumfänglich zurückgewiesen und die sofortige Beschwerde nicht zugelassen hat. Die Zurückweisung der Auskunftsklage ist damit rechtskräftig.

Mit einer weiteren Klage vom 21. Mai 2009 hat Dr. Oliver Krauß den auf der ordentlichen Hauptversammlung am 23. April 2009 gefassten Beschluss zu Tagesordnungspunkt 7 (besondere Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien nach § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG im Zusammenhang mit dem Unternehmensbeteiligungsprogramm) sowie die Wahlen von Frau Dr. h. c. Friede Springer

und Herrn Brian Powers in den Aufsichtsrat der Gesellschaft (Tagesordnungspunkt 8) angefochten. Dr. Krauß hat außerdem beantragt festzustellen, dass die Gesellschaft verpflichtet ist, ihm in seiner Eigenschaft als Aktionär eine Abschrift der Teile der „stenografischen Mitschrift aus ihrem Fragenerfassungs- und Fragenbeantwortungssystem“ zu überlassen, die seine Fragen und Redebeiträge sowie die seitens der Gesellschaft darauf erteilten Auskünfte umfassen. Das Verfahren ist derzeit vor dem Landgericht Berlin (Az. 95 O 52/09) anhängig. Dem Rechtsstreit sind aufseiten der Beklagten die Aktionäre SCI AG und Oliver Wiederhold beigetreten. Die mündliche Verhandlung fand am 25. Februar 2010 statt; ein Termin zur Verkündung einer Entscheidung wurde auf den 29. März 2010 bestimmt.

Vergütungsbericht

Axel Springer verfolgt bei der Vergütungspolitik den Grundsatz einer leistungsorientierten Vergütung der Vorstands- und Aufsichtsratsarbeit, die sich aus fixen und variablen, erfolgsabhängigen Komponenten zusammensetzt.

Vorstand

Über das Vergütungssystem für den Vorstand einschließlich der wesentlichen Vertragselemente hat im Geschäftsjahr 2009 wie schon bisher der Personalausschuss des Aufsichtsrats der Gesellschaft beschlossen. Der Aufsichtsrat beabsichtigt jedoch, entsprechend den geänderten gesetzlichen Regelungen und der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex (Kodex) zukünftig im Plenum über das Vorstandsvergütungssystem zu beschließen. Eine Überprüfung des Vergütungssystems durch das Aufsichtsratsplenum ist im Geschäftsjahr 2009 nicht erfolgt. Dies erschien aber im Hinblick darauf, dass ohnehin weite Teile der langfristigen variablen Vergütungselemente im Geschäftsjahr 2009 neu eingeführt wurden, auch nicht erforderlich. Der Aufsichtsrat beabsichtigt jedoch, entsprechend der Empfehlung des Kodex zukünftig – wie auch in der Vergangenheit – das Vergütungssystem des Vorstands wieder regelmäßig im Plenum zu überprüfen. Entsprechend den Anforderungen des VorstAG und den Empfehlungen des Kodex besteht die Vergütung der Vorstandsmitglieder aus festen und variablen Bestandteilen.

Die variablen Bezüge setzen sich aus einer Barkomponente und langfristigen aktienbasierten Vergütungskomponenten zusammen. Alle Vergütungsbestandteile sind für sich und in ihrer Gesamtheit angemessen. Als Kriterien für die Angemessenheit werden die Aufgaben des einzelnen Vorstandsmitglieds, seine persönliche Leistung sowie die wirtschaftliche Lage, der Erfolg und die Zukunftsaussichten von Axel Springer herangezogen. Ebenfalls berücksichtigen wir unser Branchenumfeld. Externe Vergütungsexperten wurden im Berichtsjahr nicht hinzugezogen.

Die **Festvergütung** entspricht dem jährlichen Festgehalt; daneben erhalten die Vorstände einen Dienstwagen sowie Sicherheitsaufwendungen als Nebenleistungen. Das jährliche Festgehalt wird für die gesamte Laufzeit eines Anstellungsvertrags festgelegt und in zwölf Monatsraten ausgezahlt. Es orientiert sich u. a. an den Aufgaben des einzelnen Vorstandsmitglieds, an der aktuellen wirtschaftlichen Lage, dem Erfolg und den Zukunftsaussichten des Konzerns.

Der **variable Vergütungsanteil** in Form der Barkomponente ist nach oben begrenzt und richtet sich nach der Leistung des Einzelnen im Rahmen individueller Ziele sowie den Konzernzielen. Konzernziele sind das Konzern-EBITDA, der Index der Konzern-Kundenzufriedenheit, die Erlöse im Segment Digitale Medien und das EBITDA im Segment Digitale Medien. Die Konzernziele werden hierfür durch den Aufsichtsrat für jedes Geschäftsjahr verabschiedet. Die individuellen Ziele zur Bemessung der Leistung des Einzelnen vereinbart der Aufsichtsratsvorsitzende jeweils mit dem jeweiligen Mitglied des Vorstands; er stellt auch gemeinsam mit dem Vorstandsmitglied die Zielerreichung für die Barkomponente fest.

Langfristige variable Vergütungskomponenten

bestehen in Form von zwei aktienbasierten Elementen, dem 2004 aufgelegten Managementbeteiligungsprogramm und einem 2009 aufgelegten virtuellen Aktienoptionsprogramm.

Managementbeteiligungsprogramm: Im Jahr 2004 haben sich die Vorstandsmitglieder durch den Erwerb von insgesamt 62.300 Aktien der Axel Springer AG an der Gesellschaft beteiligt. Die erworbenen Aktien unterlagen einer mehrjährigen Haltefrist, die für 50 % der erworbenen Aktien am 18. Dezember 2007 und für 50 % der

erworbenen Aktien am 18. Dezember 2008 abgelaufen ist. In Verbindung mit diesem Eigeninvestment haben die Mitglieder des Vorstands Aktienoptionen auf den Erwerb von ursprünglich bis zu 498.400 Aktien erhalten. Die Anzahl der ausübenden Optionen war abhängig vom Erreichen oder Überschreiten bestimmter EBITA-Grenzen in den Geschäftsjahren 2005 und 2006. Diese Grenzen wurden überschritten. Der Wert der Optionen zum Gewährungszeitpunkt im Jahr 2004 betrug € 16,018 Mio. Die rechnerische Vergütungskomponente für 2009 betrug € 0 Tsd. (Vj.: € 406 Tsd.). Im Jahr 2009 wurden insgesamt 34.888 Optionen ausgeübt. Am 17. Dezember 2009 haben die berechtigten Vorstandsmitglieder den Verzicht auf die Ausübung von 214.312 Optionen erklärt und im Gegenzug die Zusage einer Abgeltungszahlung von € 12,00 je Option erhalten. Die Abgeltungszahlung, die im Januar 2010 erfolgte, betrug € 2.572 Tsd. und lag damit um € 4.329 Tsd. unter dem Zeitwert der entsprechenden Optionen zum Gewährungszeitpunkt. Am 31. Dezember 2009 waren damit noch 249.200 Aktienoptionen ausstehend. Siehe zum Managementbeteiligungsprogramm auch die Angaben im Anhang zum Konzernabschluss unter Ziffer (13f), die Angaben in der Entsprechenserklärung gemäß §161 AktG auf Seite 93 dieses Geschäftsberichts und die detaillierte Beschreibung des Managementbeteiligungsprogramms unter www.axelspringer.de/beteiligungsprogramm.

Virtueller Aktienoptionsplan: Mit Wirkung zum 1. Juli 2009 wurden 375.000 virtuelle Aktienoptionen an die Mitglieder des Vorstands ausgegeben. Die virtuellen Optionsrechte haben eine Laufzeit von sechs Jahren, d. h. bis zum 30. Juni 2015, und können frühestens nach vier Jahren, d. h. am 1. Juli 2013, ausgeübt werden. Besteht der Vorstandsmitgliedervertrag bzw. die Bestellung zum Vorstand mindestens bis zum 30. Juni 2013, können alle dem Vorstandsmitglied gewährten virtuellen Aktienoptionen unverfallbar werden. Scheidet ein Vorstandsmitglied nach dem 30. Juni 2010, aber vor dem 1. Juli 2013 aus, werden die ihm gewährten virtuellen Aktienoptionen lediglich pro rata temporis im Verhältnis zur vierjährigen Wartezeit unverfallbar. Weitere Voraussetzungen für den Eintritt der Unverfallbarkeit sind Performance- und Outperformance-Hürden in Bezug auf die Kursentwicklung der Axel-Springer-Aktie. Die Ausübung der Optionsrechte ist nur möglich, wenn der durchschnittliche Aktienkurs der Axel Springer AG in den 90 Kalendertagen vor Aus-

übung mindestens 30% über dem Basiswert von € 60,86 liegt und die prozentuale Kurssteigerung der Axel-Springer-Aktie die Entwicklung des DAX-Kursindex im entsprechenden Zeitraum übertrifft. Jedes Optionsrecht gewährt einen auf maximal € 121,72 begrenzten Zahlungsanspruch in Höhe des Wertzuwachses der Axel-Springer-Aktie; dieser entspricht der Differenz zwischen dem volumengewichteten Durchschnittskurs während der letzten 90 Kalendertage vor Ausübung und dem Basiswert. Die Vorstandsmitglieder sind verpflichtet, für je zehn Optionsrechte eine Aktie der Axel Springer AG als Eigeninvestment zu halten. Eine Verfügung über diese Aktien vor Ausübung der Optionen führt zu einem Verfall der Optionsrechte im Verhältnis einer Aktie zu je zehn Optionsrechten. Der Wert der virtuellen Aktienoptionen zum Zeitpunkt der Gewährung betrug € 4.743 Tsd. Im Berichtszeitraum 2009 betrug die rechnerische Vergütungskomponente € 1.460 Tsd. Siehe zum virtuellen Aktienoptionsplan auch die Angaben im Anhang zum Konzernabschluss unter Ziffer (13f).

Die überwiegende Zahl der Vorstandsmitglieder hat vertragliche Versorgungszusagen erhalten. Die Zahlung des Ruhegehalts setzt mit Vollendung des 62. Lebensjahres ein, sofern das Vorstandsmitglied zu diesem Zeitpunkt nicht mehr amtiert. Im Falle vorzeitigen Ausscheidens hat das Vorstandsmitglied – nach fünfjähriger Zugehörigkeit zur Gesellschaft – einen unverfallbaren Anspruch auf eine zur Dauer seiner Zugehörigkeit zur Gesellschaft verhältnismäßige Ruhegehaltszahlung. Zahlungen sind auch bei unbefristeter voller Erwerbsminderung vorgesehen.

Die überwiegende Zahl der Mitglieder des Vorstands ist berechtigt, ihre Dienstverträge im Fall eines Kontrollwechsels zu kündigen. Sie haben dann Anspruch auf Zahlung des Grundgehalts für die zuletzt vereinbarte restliche Vertragsdauer, mindestens aber ein Jahresgrundgehalt. Außerdem zahlt die Gesellschaft die erfolgsorientierte Vergütung pro rata temporis für die Zeit der Tätigkeit im Jahr des Ausscheidens. Sonstige Vergütungen sehen die Dienstverträge der Vorstandsmitglieder für den Fall der Beendigung des Dienstverhältnisses aufgrund eines Kontrollwechsels nicht vor.

Im **Berichtsjahr 2009** betrug die Gesamtvergütung des Vorstands € 17,7 Mio. (Vj.: € 13,1 Mio.). Die festen Bezüge betragen € 8,9 Mio. (Vj.: € 8,2 Mio.); darin ist ein Be-

trag von € 426 Tsd. für Nebenleistungen (Dienstwagen und Sicherheitsaufwendungen) enthalten. Die variable Vergütung summierte sich währenddessen auf insgesamt € 8,8 Mio. (Vj.: € 4,9 Mio.). Die rechnerische Vergütungskomponente im Rahmen der langfristigen aktienbasierten Vergütung (Managementbeteiligungsprogramm 2004 und virtueller Aktienoptionsplan) belief sich auf insgesamt € 1.460 Tsd. (Vj.: € 406 Tsd.). Sie ist ebenso wie die im Januar 2010 für den Verzicht auf die Optionsausübung im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms geleistete Abgeltungszahlung in Höhe von € 2.572 Tsd. in der oben genannten Gesamtvergütung nicht enthalten.

Aus Versorgungszusagen an die Vorstandsmitglieder ergab sich im Geschäftsjahr 2009 bei den Pensionsrückstellungen eine Bestandserhöhung in Höhe von € 736 Tsd. (Vj.: € 897 Tsd.). Kredite oder Vorschüsse an Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2009 nicht gewährt.

Die Gesamtvergütung jedes Vorstandsmitglieds legt die Axel Springer AG nicht unter Nennung des Namens offen, da §§ 314 Abs. 2, 286 Abs. 5 HGB die namentliche Offenlegung der Vorstandsvergütung ausdrücklich unter den Vorbehalt eines abweichenden Beschlusses der Hauptversammlung mit qualifizierter Mehrheit stellt. Einen entsprechenden Beschluss hat die Hauptversammlung der Axel Springer AG am 27. April 2006 mit der erforderlichen Mehrheit gefasst. Hintergrund ist, dass auch Wettbewerber der Axel Springer AG die Bezüge nicht individualisiert offenlegen.

Aufsichtsrat

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch die Hauptversammlung festgelegt und durch § 16 der Satzung der Axel Springer AG geregelt. Demnach setzt sich die Vergütung aus einer festen und einer variablen Komponente zusammen. Der Aufsichtsrat erhält eine feste Vergütung von jährlich € 2,0 Mio. Darüber hinaus erhält der Aufsichtsrat für jeden Cent (€ 0,01), um den die an die Aktionäre verteilte Dividende je Aktie € 0,15, mindestens aber 4,0 % des Grundkapitals bezogen auf eine Aktie übersteigt, eine Vergütung in Höhe von € 1 Tsd. Zusätzlich erhält der Aufsichtsrat eine Vergütung von € 300 Tsd., wenn das unverwässerte Ergebnis je Aktie des Geschäftsjahres (bezogen auf den Anteil der Aktionäre der Gesellschaft am Konzernüberschuss) das auf gleiche Weise berechnete unverwässerte Ergebnis je

Aktie des drittletzten Geschäftsjahres um 15 % oder mehr übersteigt.

Für Geschäftsjahre, in denen kein positives Konzernjahresergebnis als Vergleichsmaßstab herangezogen werden kann, gilt als Vergleichsbasis für die Ermittlung der Steigerung des Jahresergebnisses ein Betrag von € 3,00 je Aktie. Für Geschäftsjahre mit einem Konzernfehlbetrag wird nur die feste Vergütung von € 2,0 Mio. gezahlt. Über die Verteilung der vorgenannten Beträge unter seine Mitglieder beschließt der Aufsichtsrat unter angemessener Berücksichtigung der Tätigkeit seiner Mitglieder im Vorsitz und in den Ausschüssen.

Für das **Berichtsjahr 2009** erhält der Aufsichtsrat eine Gesamtvergütung von rund € 2,4 Mio. (Vj.: € 2,7 Mio.). Die variable Vergütung in Höhe von € 425 Tsd. beruht dabei auf dem Dividendenvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat und steht insofern unter der Bedingung eines entsprechenden Beschlusses der Hauptversammlung. Die variable Vergütung des Vorjahrs in Höhe von insgesamt € 725 Tsd. setzte sich aus einem auf der gezahlten Dividende von € 4,40 beruhenden Teil von € 425 Tsd. und einem weiteren Teil in Höhe von € 300 Tsd. zusammen, da das unverwässerte Ergebnis je Aktie des Geschäftsjahres 2008 das auf gleiche Weise berechnete unverwässerte Ergebnis je Aktie des drittletzten Geschäftsjahres um 15 % oder mehr überstiegen hatte. Diese Voraussetzung ist für das unverwässerte Ergebnis je Aktie des Berichtsjahrs nicht erfüllt.

Die Gesellschaft erstattet darüber hinaus jedem Aufsichtsratsmitglied die ihm erwachsenden Auslagen sowie die auf seine Bezüge entfallende Umsatzsteuer. Die Prämie der für die Mitglieder des Aufsichtsrats abgeschlossenen D&O-Versicherung wird von der Gesellschaft getragen. Ein Mitglied des Aufsichtsrats erhält für seine Leistungen als Autor ein jährliches Honorar in Höhe von € 125 Tsd.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder sowie die vom Unternehmen an Aufsichtsratsmitglieder gezahlten Vergütungen für persönlich erbrachte Leistungen werden entgegen Ziffer 5.4.6 Sätze 6 und 7 des Kodex nicht in individualisierter Form im Corporate-Governance-Bericht ausgewiesen, da auch Wettbewerber der Axel Springer AG keine entsprechenden Informationen veröffentlichen.

106 Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr eng und vertrauensvoll mit dem Vorstand zusammengearbeitet, die Geschäftsführung der Gesellschaft nach Gesetz und Satzung und im Sinne einer guten Corporate Governance überwacht und sich im Rahmen seiner Sitzungen, in denen seiner Ausschüsse und durch weitere schriftliche und mündliche Berichte des Vorstands eingehend und regelmäßig über die Lage und Entwicklung des Unternehmens, wichtige Geschäftsvorfälle sowie das Risikomanagement unterrichtet. Der Vorstand hat den Aufsichtsrat über Vorkommnisse von besonderer Bedeutung auch zwischen den Sitzungen informiert; darüber hinaus führten der Aufsichtsratsvorsitzende und der Vorstandsvorsitzende regelmäßige Informations- und Konsultationsgespräche.

Vorgänge von entscheidender Bedeutung für die Gesellschaft, wie insbesondere die Unternehmensplanung, die Unternehmensstrategie, größere Investitionsvorhaben und Personalfragen, wurden mit dem Vorstand beraten. Ferner hat der Aufsichtsrat wichtige Einzelvorgänge, die für die weitere Entwicklung der Gesellschaft wesentlich sind, erörtert und über Rechtsgeschäfte und Maßnahmen entschieden, an denen er aufgrund Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung des Vorstands mitzuwirken hat.

Der Aufsichtsrat wurde auf der ordentlichen Hauptversammlung 2009 am 23. April 2009 – personell unverändert – vollständig neu gewählt; unmittelbar im Anschluss wurden Herr Dr. Vita im Amt des Aufsichtsratsvorsitzenden und Frau Dr. Springer im Amt der stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden bestätigt. Der Aufsichtsrat hat im Berichtszeitraum insgesamt fünfmal getagt, und zwar viermal (einschließlich der konstituierenden Sitzung am 23. April 2009) im ersten und einmal im zweiten Kalenderhalbjahr. Ein Aufsichtsratsmitglied hat entschuldigt an weniger als der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats teilgenommen.

Im Juli 2009 befasste sich der Aufsichtsrat im schriftlichen Umlaufverfahren mit dem Abschluss eines Settlement Agreement zwischen der Axel Springer AG und Hellman & Friedman. Gegenstand dieser Vereinbarung war der Verzicht der Gesellschaft auf die ihr gegen Hellman & Friedman im Zusammenhang mit dem Managementbeteiligungsprogramm 2004 zustehende

Call-Option zum Bezug von 62.300 Aktien der Gesellschaft; im Gegenzug erhielt Axel Springer einen Barausgleich. Zur Vermeidung etwaiger Interessenkonflikte hat das Aufsichtsratsmitglied Brian Powers, Managing Director von Hellman & Friedman, an der Abstimmung nicht teilgenommen. Im Dezember 2009 stimmte der Aufsichtsrat auf Empfehlung des Personalausschusses der Barabgeltung der den berechtigten Vorständen aus dem Managementbeteiligungsprogramm 2004 zustehenden, im Dezember 2009 ablaufenden Optionen sowie einer Vereinbarung mit Hellman & Friedman über eine Änderung der Call-Options-Vereinbarung vom 8. April 2004 zu. Wiederum zur Vermeidung etwaiger Interessenkonflikte hat sich das Aufsichtsratsmitglied Brian Powers seiner Stimme enthalten. Weitere Interessenkonflikte von Aufsichtsratsmitgliedern sind im Geschäftsjahr 2009 nicht aufgetreten.

Im Rahmen seiner Beratungen hat sich der Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2009 schwerpunktmäßig mit der Evaluation der Unternehmensstrategie der Axel Springer AG beschäftigt, die seit 2001 konsequent die Ziele „Marktführerschaft im deutschen Kerngeschäft“, „Internationalisierung“ und „Digitalisierung“ verfolgt. In diesem Zusammenhang hat sich der Aufsichtsrat anhand einer Vorstandspräsentation insbesondere mit dem Aufbau des digitalen Geschäfts sowie multimedialen Wachstum, insbesondere durch digitale Monetarisierungsstrategien entlang der Kernkompetenzen des Unternehmens, beschäftigt.

Darüber hinaus befasste sich der Aufsichtsrat u. a. mit dem Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008, der Tagesordnung für die Hauptversammlung 2009 sowie der vom Vorstand beschlossenen Einführung einer zentralen Compliance-Organisation für die gesamte Axel-Springer-Unternehmensgruppe. Unter anderem hat sich der Aufsichtsrat zudem mit dem Verkauf der Regionalzeitungsbeteiligungen beschäftigt und diesem zugestimmt. Der Aufsichtsrat hat im Dezember 2009 über die Entsprechenserklärung 2009 Beschluss gefasst. Er hat zudem die Effizienz seiner Tätigkeit in Form einer Selbstevaluation geprüft und seine Tätigkeit als ordnungsgemäß und effizient eingeschätzt. Dem vom Vorstand vorgelegten Finanzplan 2010 hat der Aufsichtsrat Anfang Februar 2010 zugestimmt.

Am 10. März 2009 hat der Aufsichtsrat der Axel Springer AG Lothar Lanz mit Wirkung zum 1. Mai 2009 zum neuen Vorstandsmitglied mit Verantwortung für den Vorstandsbereich „Finanzen und Dienstleistungen“ berufen. Er trat an die Stelle von Steffen Naumann, der die Axel Springer AG zu diesem Zeitpunkt nach mehr als sieben Jahren erfolgreicher Tätigkeit verließ. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Naumann nochmals für seine erfolgreiche Tätigkeit für das Unternehmen. In Zusammenhang mit dem Eintritt von Herrn Lanz in den Vorstand sowie der Zuordnung der Compliance-Organisation zum Ressort des CFO hat der Aufsichtsrat einen aktualisierten Geschäftsverteilungsplan beschlossen.

Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2009 ihre gemeinsame Entsprechenserklärung nach § 161 AktG abgegeben und auf der Internetseite des Unternehmens dauerhaft zugänglich gemacht. Die Axel Springer AG entspricht den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex weitgehend. Die Entsprechenserklärung mit der Erläuterung der wenigen Abweichungen von den Empfehlungen befindet sich auf Seite 93 des Geschäftsberichts.

Weitergehende Erläuterungen zur Corporate Governance im Axel Springer Konzern können dem gemeinsamen Corporate-Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat entnommen werden, der im Rahmen der Erklärung zur Unternehmensführung auf Seite 98 des Geschäftsberichts abgedruckt ist.

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat zur effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben ein Präsidium, einen Personalausschuss, ein Audit Committee und einen Nominierungsausschuss gebildet. Den Vorsitz im Präsidium, im Personalausschuss, im Audit Committee und im Nominierungsausschuss führt der Vorsitzende des Aufsichtsrats.

Das Präsidium, das unbeschadet der Zuständigkeit des Gesamtaufichtsrats u. a. für verlegerische Grundsatzenfragen sowie für Fragen der Strategie, der Unternehmensplanung, der Investitionen und ihrer Finanzierung zuständig ist, tagte im Berichtszeitraum sechsmal.

Gegenstand der Beratungen und Beschlussfassungen waren neben personellen Fragen insbesondere Entscheidungen zum Erwerb oder zur Veräußerung von Unternehmen bzw. Beteiligungen, wie z. B. dem Erwerb einer Minderheitsbeteiligung an dem Joint Venture Infor Biznes Sp. z o.o., Warschau/Polen, einer Mehrheitsbeteiligung an Digital Window Ltd., London/Großbritannien, und der Übernahme der StepStone ASA, Oslo/Norwegen, nebst anschließendem Squeeze-out, der Veräußerung der Beteiligungen an der Westfalen-Blatt Vereinigte Zeitungsverlage GmbH und der Family Media GmbH & Co. KG sowie der Veräußerung der Titel Mädchen, Popcorn und Jolie seitens der Tochtergesellschaft AS Mediahouse GmbH. Das Gremium beschäftigte sich zudem mit der Beteiligung an Doğan TV. Weiter befasste sich das Präsidium mit dem Gratisaktien- und Aktienbeteiligungsprogramm für Mitarbeiter und Führungskräfte. Gegenstand von Beschlussfassungen des Präsidiums waren auch Entscheidungen über die Erteilung der Zustimmung zur Übertragung von Aktien der Axel Springer AG gemäß § 5 Abs. 3 der Satzung der Gesellschaft.

Der Personalausschuss war bis zum Inkrafttreten des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung am 5. August 2009 (VorstAG) insbesondere für Abschluss, Änderung und Beendigung der Anstellungsverträge mit den Mitgliedern des Vorstands zuständig. Seit diesem Zeitpunkt hat der Personalausschuss in diesen Angelegenheiten hinsichtlich der Festsetzung und Änderung der Vorstandsbezüge eine ausschließlich vorbereitende Funktion. Der Personalausschuss trat im Berichtszeitraum viermal zusammen. Er befasste sich u. a. mit Vorstandspersonalien und empfahl dem Aufsichtsrat u. a. die Bestellung von Herrn Lothar Lanz zum neuen Mitglied des Vorstands mit Zuständigkeit für Finanzen und Dienstleistungen sowie die erneute Berufung der Vorstandsmitglieder Rudolf Knepper und Dr. Andreas Wiele. Zudem beschäftigte sich der Personalausschuss vor Inkrafttreten des VorstAG mit dem Vorstandsvergütungssystem und beschloss die Einführung eines neuen Managementbeteiligungsprogramms für den Vorstand; nach Inkrafttreten des VorstAG beschäftigte sich der Personalausschuss mit dem (alten) Managementbeteiligungsprogramm 2004 und empfahl dem Aufsichtsrat die Barabgeltung der den berechtigten Vorständen aus dem Managementbeteili-

gungsprogramm 2004 zustehenden, im Dezember 2009 ablaufenden Optionen.

Das Audit Committee hat sich über Status, Umfang, Ablauf und Ergebnis der Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfung 2008 informiert, die Entscheidungen des Aufsichtsrats über die Feststellung des Jahresabschlusses und die Billigung des Konzernabschlusses vorbereitet, die Zwischenabschlüsse bzw. Zwischenberichte geprüft, Fragen im Zusammenhang mit dem Abschlussprüfer erörtert, sich über die Beteiligung an Doğan TV und sich darüber hinaus über das Risikomanagementsystem und die Tätigkeit der internen Revision informiert. Das Audit Committee hat 2009 fünfmal getagt. Die Anzahl seiner Mitglieder wurde durch Beschluss des Aufsichtsrats auf seiner konstituierenden Sitzung vom 23. April 2009 von drei auf vier erweitert.

Im Vorfeld der Wahlen zum Aufsichtsrat in der Hauptversammlung 2009 hat der Nominierungsausschuss einmal getagt und die Vorschläge des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung für die Wahlen zum Aufsichtsrat vorbereitet.

Jahres- und Konzernabschluss sowie Lage- und Konzernlagebericht

Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den vom Vorstand aufgestellten Jahres- und Konzernabschluss sowie den Lagebericht und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2009 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Abschlussprüfer hat zudem im Rahmen seiner Prüfung zusammenfassend festgestellt, dass der Vorstand ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem eingerichtet hat und dass dieses grundsätzlich geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, frühzeitig zu erkennen.

Die vorstehenden Unterlagen sowie der Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns und der Prüfungsbericht der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig übersandt.

Die Unterlagen wurden jeweils in Anwesenheit des Abschlussprüfers in den Sitzungen des Audit Committee vom 24. Februar 2010 und 9. März 2010 umfassend behandelt. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagements bezogen auf den Rechnungslegungsprozess wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die die Befangenheit des Abschlussprüfers besorgen lassen, lagen nicht vor.

Das Audit Committee hat dem Gesamtaufsichtsrat über die von ihm angestellten Untersuchungen berichtet. Dieser hat in seiner Sitzung am 9. März 2010 in Kenntnis und unter Berücksichtigung dieses Berichts seines Ausschusses sowie des Berichts der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sowie im Gespräch und in Diskussion mit dem anwesenden Abschlussprüfer die fraglichen Unterlagen geprüft.

Der Aufsichtsrat hat das Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer zustimmend zur Kenntnis genommen. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung waren Einwendungen nicht zu erheben. Der Aufsichtsrat hat den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und Konzernabschluss sowie den Lage- und Konzernlagebericht gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss 2009 der Axel Springer AG festgestellt.

Der Aufsichtsrat hat auch den Vorschlag des Vorstands über die Verwendung des Bilanzgewinns geprüft und sich diesem insbesondere unter Berücksichtigung des Jahresergebnisses, der Liquidität und der Finanzplanung der Gesellschaft angeschlossen.

Außerdem hat der Vorstand dem Aufsichtsrat den Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG vorgelegt. Ebenfalls lag dem Aufsichtsrat der hierzu von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft erstellte Prüfungsbericht vor. Beide Berichte wurden auch jedem Aufsichtsratsmitglied übermittelt. Der Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers lautet wie folgt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war.“

Auch den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG sowie den hierzu erstellten Prüfungsbericht des Abschlussprüfers hat der Aufsichtsrat geprüft. Der Abschlussprüfer hat in der Sitzung des Aufsichtsrats vom 9. März 2010 außerdem über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung mündlich berichtet. Der Aufsichtsrat hat den Bericht des Abschlussprüfers zustimmend zur Kenntnis genommen. Gegen die Ergebnisse des Prüfungsberichts des Abschlussprüfers und die Erklärung des Vorstands zum Bericht gemäß § 312 Abs. 3 AktG sind vom Aufsichtsrat nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung keine Einwendungen zu erheben.

***Dank an die Mitglieder des Vorstands
sowie die Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter des Unternehmens***

Abschließend dankt der Aufsichtsrat den Mitgliedern des Vorstands und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die hervorragenden Leistungen im zurückliegenden Geschäftsjahr.

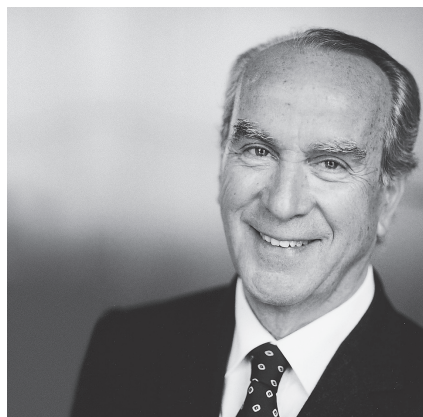
Berlin, den 9. März 2010

Der Aufsichtsrat



Dr. Giuseppe Vita
Vorsitzender

Aufsichtsrat



Dr. Giuseppe Vita

Vorsitzender

Dr. h. c. Friede Springer

Stellvertretende Vorsitzende

Dr. Gerhard Cromme

Vorsitzender des Aufsichtsrats der ThyssenKrupp AG

Oliver Heine

Rechtsanwalt und Partner in der
Kanzlei Oliver Heine & Partner

Klaus Krone

Mitglied des Aufsichtsrats der Axel Springer AG

Prof. Dr. Wolf Lepenies

Hochschullehrer

Michael Lewis

Investment Manager

Dr. Michael Otto

Vorsitzender des Aufsichtsrats Otto (GmbH & Co. KG)

Brian M. Powers

Geschäftsführer (CEO) Investmentgruppe
Hellman & Friedman LLC

110 ullstein bild

*„Die Freiheit, die richtig verstandene
Freiheit – die Freiheit zu etwas,
nicht von etwas – ist ein felsenfester
Bestandteil meines verlegerischen
Glaubensbekenntnisses.“*

Axel Springer, 1978

Menschen kämpften zu allen Zeiten für die Freiheit. Sie setzten sich ein für die Gleichberechtigung der Rassen, gegen staatliche Willkür, für Bürger- und Menschenrechte.

Aus dem umfangreichen Angebot von ullstein bild, der Fotoagentur der Axel Springer AG, hier eine knappe Auswahl von Motiven. Sie verweisen auf große Freiheitsbestrebungen, die Schlagzeilen gemacht haben.

Ich bin ein Berliner!

BILD, 27. JUNI 1963

Die Berliner Mauer war noch keine zwei Jahre alt, die Kuba-Krise kaum überwunden und der Kalte Krieg war auf einem seiner Höhepunkte. Das war die Situation, als US-Präsident John F. Kennedy der Halbstadt West-Berlin mit seinem Besuch Hoffnung auf Freiheit machte. Und er schrieb Geschichte, als er sagte: „All free men, wherever they may live, are citizens of Berlin, and, therefore, as a free man, I take pride in the words ‚Ich bin ein Berliner!‘“

AIR



„Apartheid“ steht für eine Segregationspolitik, die nicht nur Rassen trennt, sondern Menschen mit dunklerer Hautfarbe abwertet. Zu ein Symbol für den Widerstand gegen diese menschenverachtende Ideologie und Praxis ist ein Mann geworden, der für seinen Kampf um Überwindung des Rassismus mit jahrzehntelanger Haft bezahlen musste: der spätere Friedensnobelpreisträger Nelson Mandela.

Nelson Mandela nach 27 Jahren wieder frei

DIE WELT, 12. FEBRUAR 1990



Unruhen in den Warschauer-Pakt-Staaten gab es 1953 in der DDR, 1956 in Ungarn, 1968 in der Tschechoslowakei. Und jedes Mal wurden sie mit Waffengewalt beendet. Als 1980 auf der Danziger Lenin-Werft die Belegschaft mit dem Elektriker Lech Walesa an der Spitze zu streiken begann, war nicht abzusehen, dass es diesmal anders enden würde. Es wurde der Beginn einer großen Wende in der Weltpolitik.



Polen

**Dramatische Zuspitzung! Streikende
Arbeiter fordern jetzt: Laßt alle
politischen Gefangenen frei! Schluß
mit der Zensur! Schafft endlich die
Vergünstigungen für Funktionäre ab!**

B.Z., 18. AUGUST 1980



Bei wem wird Gandhi wohnen?

Ein Heiliger naht einer unheiligen Stadt / Von Rom Landau

Am kommenden Sonnabend wird Mahatma Gandhi in London erwartet. Von Folkestone aus wird er den Weg bis London im Auto zurücklegen. Aller Wahrscheinlichkeit nach ist diese Reise im Auto aus Gründen der persönlichen Sicherheit für Gandhi beschlossen worden. Zum offiziellen Empfang sind 1400 Einladungen ergangen. Bei der bekannten Schaulust des englischen Publikums ist unvorstellbar, wie ungeheure Massen sich einfänden werden.

B.Z. AM MITTAG, 10. SEPTEMBER 1931

Zu Dürers Porträt seiner verhärmten Mutter stellte Klaus Staeck einst die Frage: „Würden Sie dieser Frau ein Zimmer vermieten?“ Als Mahatma Gandhi 1931 zur Teilnahme an der Verfassungskonferenz für Indien in London eingetroffen war, hatte Ullsteins BZ offenbar ähnliche Bedenken. Doch manchmal sind Klugheit und ein langer Atem wichtiger als das Outfit. Bei der indischen Unabhängigkeitsbewegung führte diese Strategie schließlich 1947 zum Ziel.



BERLINER MORGENPOST, 18. JUNI 1953

Aufstand greift auf Zone über

**Blutige Zwischenfälle in Berlin forderten mindestens sieben Todesopfer
Jetzt Ausnahmezustand im Sowjetsektor – Offener Aufruhr gegen die SED**

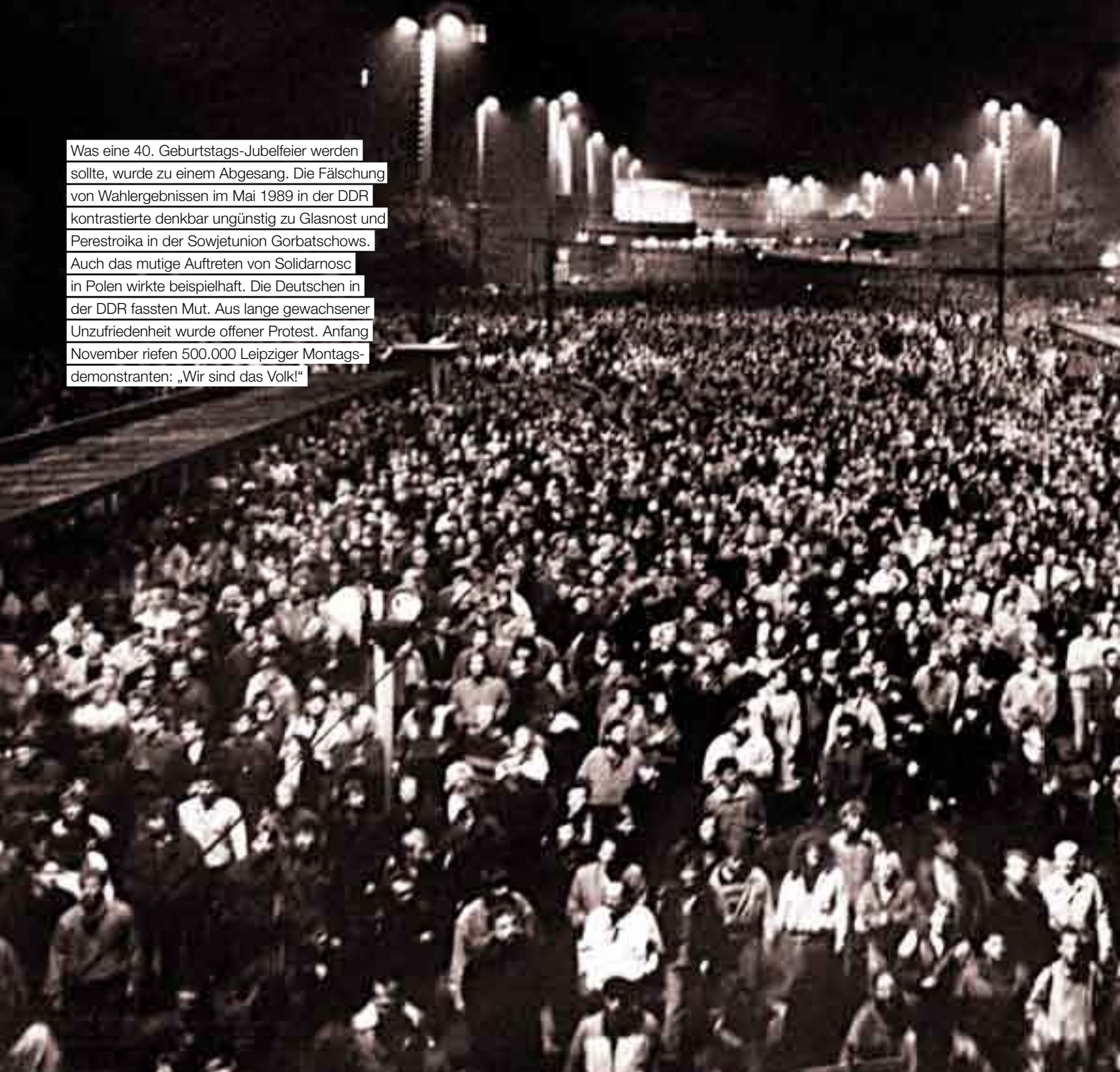
Auslöser waren geplante Erhöhungen der Arbeitsnormen um zehn Prozent bei gleichem Lohn. Das war den Arbeitern auf der Großbaustelle an der Berliner Stalinallee zuviel. Was am 16. Juni als lokaler Protest begonnen hatte, weitete sich binnen kurzem über große Teile der DDR aus. Und aus dem Lohnstreik wurde ein Volksaufstand für die Freiheit und Einheit Deutschlands, den die SED mit Hilfe sowjetischer Panzer niederschlagen ließ. Die Bilanz: mehr als 6.000 Verhaftete und 500 Tote.

Der Zorn der Bürger wächst

Massendemonstrationen in den Städten

HAMBURGER ABENDBLATT, 7. NOVEMBER 1989

Was eine 40. Geburtstags-Jubelfeier werden sollte, wurde zu einem Abgesang. Die Fälschung von Wahlergebnissen im Mai 1989 in der DDR kontrastierte denkbar ungünstig zu Glasnost und Perestroika in der Sowjetunion Gorbatschows. Auch das mutige Auftreten von Solidarnosc in Polen wirkte beispielhaft. Die Deutschen in der DDR fassten Mut. Aus lange gewachsener Unzufriedenheit wurde offener Protest. Anfang November riefen 500.000 Leipziger Montagsdemonstranten: „Wir sind das Volk!“





...spruc... der und Menschenmassen bestimmten gestern das Straßenbild in Washington.

Farbige und Weiße Hand in Hand für Gleichheit

Kennedy begrüßte 200 000 Demonstranten

Springer-Außendienst/dpa/AP Washington, 29. Aug.

Machtvoll, friedlich und diszipliniert demonstrierten gestern in der amerikanischen Bundeshauptstadt Washington mehr als 200 000 Bürger der Vereinigten Staaten für die Gleichheit aller Menschen.

weiche Hautfarbe sie auch haben mögen. Zahlreiche Weiße, darunter Künstler und prominente Politiker, nahmen an diesem Marsch teil, zu dem die Führer der Farbigen in den USA aufgerufen hatten.

Vor dem Marmondenkmal von statische Politiken und Befehlen

schlechte Diskretion

BERLINER MORGENPOST, 29. AUGUST 1963

Schlechtere Schulen, Verbote für bestimmte Parkbänke, Benachteiligung in zahlreichen Lebensbereichen: Insbesondere im Süden der USA war das für Afro-Amerikaner bis in die 60er Jahre die Regel. Einer, der den Protest gegen dieses Unrecht anführte, war der Baptistenpastor Martin Luther King. „I have a dream...“ rief er in Washington 200.000 Menschen zu. Eine Vision von Gerechtigkeit. Nicht lange danach verabschiedete der US-Kongress Gesetze, die politische, rechtliche und soziale Rassendiskriminierung verboten.






BILD, 6. JUNI 1989



Richtungskämpfe in der Kommunistischen Partei, drastische Teuerungen infolge von Umwälzungen im Wirtschaftssystem, der Druck der Unfreiheit: drei Gründe für das Entstehen einer studentischen Demokratiebewegung im nach-kulturrevolutionären China. Öffentliche Proteste und Hungerstreiks wollte die Staatsführung nicht hinnehmen, die Besetzung des „Platz des himmlischen Friedens“ in Peking galt es zu beenden. Die Niederschlagung der Proteste wurden etwa 2.600 Zivilisten getötet. Symbolisch für den Mut einzelner wurde das nebenstehende Foto von Charlie Cole.



Der zwanzigste Jahrestag des Falls der Mauer war der Grund und das fünfzigste Jubiläum der Grundsteinlegung des Verlagshauses in Berlin der Anlass für die Enthüllung eines in jeder Hinsicht großen Standbildes auf dem Vorplatz des Hauptsitzes der Axel Springer AG: „Balanceakt“ von Stephan Balkenhol. Ein Denkmal für den schwierigen Weg zu Einheit Deutschlands in Freiheit. Und eine Erinnerung an das Engagement von Axel Springer für die Selbstbestimmung der Deutschen.

Enthüllt! *Der Mauerläufer von Berlin*

BILD, 26. MAI 2009



130 Konzernabschluss

132 Konzern-Bilanz

**134 Konzern-Gesamt-
ergebnisrechnung**

**135 Konzern-Kapital-
flussrechnung**

**136 Konzern-Eigenkapital-
veränderungsrechnung**

**137 Segmentbericht-
erstattung**

Anhang

138 Allgemeine Angaben

149 Erläuterungen zur
Konzern-Bilanz

164 Erläuterungen zur
Konzern-Gesamt-
ergebnisrechnung

169 Erläuterungen zur
Konzern-Kapital-
flussrechnung

170 Erläuterungen zur
Segmentberichterstattung

171 Sonstige Angaben

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Axel Springer Aktiengesellschaft, Berlin, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang - sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den

Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Berlin, den 25. Februar 2010

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Plett
Wirtschaftsprüfer



Glöckner
Wirtschaftsprüfer

Konzern-Bilanz

TEUR

AKTIVA	Anhang	31.12.2009	31.12.2008*	01.01.2008*
Langfristige Vermögenswerte		1.874.600	1.715.724	2.245.092
Anlagevermögen		1.666.249	1.655.185	2.186.787
Immaterielle Vermögenswerte	(4)	835.438	737.964	704.707
Sachanlagen	(5)	704.752	722.249	756.789
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(6)	31.704	29.663	27.369
Finanzanlagen	(7)	94.355	165.309	697.922
Nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen		59.702	129.993	639.371
Sonstige Finanzanlagen		34.653	35.316	58.551
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		39.829	44.457	46.511
Sonstige Vermögenswerte	(11)	152.249	3.050	3.066
Aktive latente Steuern	(28)	16.273	13.032	8.728
Kurzfristige Vermögenswerte		1.059.702	1.093.341	1.579.953
Vorräte	(8)	31.900	44.225	37.990
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(9)	301.947	264.875	269.221
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	(10)	43.987	55.582	63.417
Forderungen aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		55.944	37.586	70.292
Sonstige Vermögenswerte	(11)	70.364	62.001	110.281
Finanzmittel	(31)	197.259	154.529	198.056
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	(12)	358.301	474.543	830.696
Bilanzsumme Aktiva		2.934.302	2.809.065	3.825.045

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

TEUR

PASSIVA	Anhang	31.12.2009	31.12.2008*	01.01.2008*
Eigenkapital	(13)	1.196.848	1.067.702	1.215.363
Anteile der Aktionäre der Axel Springer AG		1.145.206	1.025.134	1.134.269
Anteile anderer Gesellschafter		51.642	42.568	81.094
Langfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		966.087	1.041.871	1.504.255
Rückstellungen für Pensionen	(14)	310.415	296.026	294.468
Sonstige Rückstellungen	(15)	39.327	14.062	20.936
Finanzverbindlichkeiten	(16)	383.801	512.432	930.149
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		1.536	1.743	519
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	(17)	4.135	20	2.925
Sonstige Verbindlichkeiten	(18)	58.987	51.331	78.493
Passive latente Steuern	(28)	167.886	166.257	176.765
Kurzfristige Rückstellungen und Verbindlichkeiten		771.367	699.492	1.105.427
Rückstellungen für Pensionen	(14)	49.056	47.943	47.971
Sonstige Rückstellungen	(15)	161.233	155.642	192.417
Finanzverbindlichkeiten	(16)	6.480	11.596	10.988
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		204.802	183.246	234.525
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	(17)	22.213	24.498	39.860
Verbindlichkeiten aus laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		54.866	46.843	83.597
Sonstige Verbindlichkeiten		272.717	229.724	237.522
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten		0	0	258.547
Bilanzsumme Passiva		2.934.302	2.809.065	3.825.045

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

TEUR

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	Anhang	2009	2008
Umsatzerlöse	(20)	2.611.591	2.728.538
Sonstige betriebliche Erträge	(21)	70.654	85.521
Bestandsveränderung und andere aktivierte Eigenleistungen		4.112	5.241
Materialaufwand	(22)	-886.445	-945.374
Personalaufwand	(23)	-791.943	-722.457
Abschreibungen	(24)	-92.350	-112.088
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(25)	-705.107	-697.335
Beteiligungsergebnis	(26)	212.141	407.755
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen		-18.369	-55.449
Übriges Beteiligungsergebnis		230.510	463.204
Finanzergebnis	(27)	-24.980	-61.547
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(28)	-83.840	-117.187
Konzernüberschuss		313.833	571.067
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallender Anteil am Konzernüberschuss		303.481	560.050
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Konzernüberschuss		10.352	11.017
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	(29)	10,20	18,58
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in €)	(29)	10,19	18,54

TEUR

Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen	Anhang	2009	2008
Konzernüberschuss		313.833	571.067
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus leistungsorientierten Plänen		-6.100	3.882
Veränderungen aus der Währungsumrechnung		1.655	10.339
Veränderungen der Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten		6	-434.169
Veränderungen der Zeitwerte von Derivaten in Cashflow Hedges		-4.503	-11.334
Veränderung der Neubewertungsrücklage		-3.086	0
Sonstiges Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen		-4.578	-12.318
Sonstiges Ergebnis	(30)	-16.606	-443.600
Konzerngesamtergebnis		297.227	127.467
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallender Anteil am Konzerngesamtergebnis		286.824	116.500
Auf andere Gesellschafter entfallender Anteil am Konzerngesamtergebnis		10.403	10.967

Konzern-Kapitalflussrechnung

TEUR	Anhang	2009	2008
Konzernüberschuss		313.833	571.067
Überleitung des Konzernüberschusses auf den Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit:			
Abschreibungen/Zuschreibungen des Anlagevermögens		87.759	114.818
Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen		18.369	55.449
Ausschüttungen der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen		11.728	32.166
Ergebnis aus dem Abgang von Vermögenswerten des Anlagevermögens		-215.065	-438.565
Veränderung der langfristigen Rückstellungen		39.653	61
Veränderung der latenten Steuern		-22.848	-17.475
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	(32)	-5.404	20.793
Veränderung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		-12.094	4.802
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		12.118	-50.453
Veränderung der übrigen Aktiva und Passiva		41.956	-27.548
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		270.005	265.115
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten sowie Sachanlagevermögen		220	4.266
Einzahlungen aus Abgängen von konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich abgegebener Zahlungsmittel		8.695	5.960
Einzahlungen aus dem Abgang von sonstigen Finanzanlagen		170.004	542.330
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagevermögen sowie als Finanzinvestition gehaltene Immobilien		-38.941	-46.722
Erwerb von Anteilen an konsolidierten Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten abzüglich übernommener Zahlungsmittel		-66.210	-162.740
Investitionen in sonstige Finanzanlagen		-18.729	-42.457
Cashflow aus Investitionstätigkeit	(32)	55.039	300.637
Gewinnausschüttung an Gesellschafter der Axel Springer AG		-130.604	-122.400
Gewinnausschüttung an andere Gesellschafter		-10.913	-6.053
Eigenkapitalzuführungen		0	6.900
Ausgabe/Erwerb eigener Anteile		7.993	-73.532
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen		-74	-193
Aufnahme von sonstigen Finanzverbindlichkeiten		98.076	151.579
Tilgung von sonstigen Finanzverbindlichkeiten		-248.359	-568.493
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-283.881	-612.192
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds		41.163	-46.440
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelfonds		-196	779
Veränderung des Finanzmittelfonds aus Konsolidierungskreisänderungen		1.764	319
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode		154.529	198.056
Umgliederung im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten		0	1.815
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	(31)	197.259	154.529

TEUR

Im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit enthaltene Ein- und Auszahlungen		2009	2008
Gezahlte Ertragsteuern		-117.393	-150.051
Erhaltene Ertragsteuern		11.941	48.971
Gezahlte Zinsen		-27.470	-27.096
Erhaltene Zinsen		10.548	19.049
Erhaltene Dividenden		31.959	57.900

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

TEUR	Kumuliertes übriges Eigenkapital									Anteile der Aktionäre der Axel Springer AG	Anteile anderer Gesellschafter*	Eigenkapital
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Währungsumrechnung	Zeitwertanpassung			Sonstiges Eigenkapital*			
						zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Derivate in Cashflow Hedges					
Stand 01.01.2008	98.940	39.002	698.610	-133.762	1.144	434.170	195	-7.566		1.130.733	81.095	1.211.828
Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden								3.536		3.536	-1	3.535
Stand 01.01.2008 angepasst	98.940	39.002	698.610	-133.762	1.144	434.170	195	-4.030		1.134.269	81.094	1.215.363
Konzerngesamtergebnis			560.050		10.235	-434.166	-11.181	-8.438		116.500	10.967	127.467
Gewinnausschüttungen			-122.400							-122.400	-6.053	-128.453
Erwerb eigener Anteile				-73.532						-73.532		-73.532
Konsolidierungskreisänderungen										0	-16.037	-16.037
Erwerb von Minderheitsanteilen			-30.997							-30.997	-27.403	-58.400
Sonstige Veränderungen		1.277	-2.792						2.809	1.294	0	1.294
Stand 31.12.2008	98.940	40.279	1.102.471	-207.294	11.379	4	-10.986	-9.659		1.025.134	42.568	1.067.702
Konzerngesamtergebnis			303.481		1.618	4	-4.489	-13.790		286.824	10.403	297.227
Gewinnausschüttungen			-130.604							-130.604	-10.914	-141.518
Ausgabe eigener Anteile			1.391	6.607						7.998		7.998
Konsolidierungskreisänderungen			-919							-919	36.332	35.413
Erwerb und Veräußerung von Minderheitsanteilen			-38.506							-38.506	-26.493	-64.999
Sonstige Veränderungen		2.824	-7.545							-4.721	-254	-4.975
Stand 31.12.2009	98.940	43.103	1.229.769	-200.687	12.997	8	-15.475	-23.449		1.145.206	51.642	1.196.848

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Segmentberichterstattung

Operative Segmente

TEUR	Zeitungen National		Zeitschriften National		Print International		Digitale Medien		Services/Holding		Konzernabschluss	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Außenumsatzerlöse	1.213.683	1.277.584	517.793	564.068	311.665	409.750	470.378	378.181	98.071	98.955	2.611.591	2.728.538
Innenumsatzerlöse	8.617	16.967	4.323	6.940	14.035	10.101	22.840	32.186	305.398	319.418		
Segmentumsatzerlöse	1.222.300	1.294.551	522.116	571.008	325.700	419.851	493.218	410.367	403.470	418.373		
EBITDA ¹⁾	243.766	348.895	54.954	88.817	12.257	27.756	43.192	20.931	-20.466	-223	333.705	486.175
Enthaltenes Ergebnis aus Beteiligungen	4.807	19.894	1.949	457	2.101	7.830	10.096	903	4.071	2.685	23.025	31.769
Davon nach der Equity-Methode bewertet	0	14.636	1.335	790	1.869	4.866	1.987	-8.860	-2.785	-6.604	2.406	4.828
Ab-/Zuschreibungen (ohne Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen)	-2.775	-3.213	-3.541	-3.925	-6.667	-6.427	-9.262	-5.002	-42.514	-45.490	-64.760	-64.057
Abschreibungen auf Firmenwerte	0	0	0	-2.107	0	0	0	0	0	0	0	-2.107
EBIT ¹⁾	240.991	345.682	51.413	82.785	5.591	21.329	33.930	15.929	-62.979	-45.713	268.945	420.011
Effekte aus Kaufpreisallokationen	0	0	-65	-27.028	-3.928	-4.172	-22.628	-15.201	-72	-72	-26.692	-46.473
Sondereffekte	214.357	-1.616	-6.318	0	464	0	-10.750	437.393	-17.353	-59.514	180.400	376.263
Segmentergebnis vor Zinsen und Steuern	455.348	344.066	45.030	55.757	2.127	17.157	552	438.121	-80.404	-105.299	422.653	749.801
Finanzergebnis											-24.980	-61.547
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag											-83.840	-117.187
Konzernüberschuss											313.833	571.067
Segmentvermögen	279.379	254.596	75.513	89.398	294.447	287.617	1.101.579	994.944	817.685	879.555	2.568.604	2.506.110

¹⁾ Bereinigt um Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen.

Geografische Informationen

TEUR	Deutschland		Übrige Länder		Konzernabschluss	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Außenumsatzerlöse	2.063.975	2.131.690	547.616	596.848	2.611.591	2.728.538
Langfristiges Segmentvermögen	1.271.669	1.280.454	300.225	209.422	1.571.894	1.489.876

Anhang

Allgemeine Angaben

(1) Grundlagen

Die Axel Springer Aktiengesellschaft („Axel Springer AG“) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Berlin/Deutschland. Die Hauptaktivitäten der Axel Springer AG und ihrer Tochterunternehmen („Axel Springer Konzern“, „Axel Springer“ oder „Konzern“) sind in Ziffer (33a) beschrieben.

Der Vorstand der Axel Springer AG hat am 23. Februar 2010 den vorliegenden Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2009 freigegeben und dem Aufsichtsrat zur Billigung vorgelegt. Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgte in Anwendung von § 315a HGB nach den am Abschlussstichtag 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 International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC). Die Darstellungswährung ist Euro (€); sofern nicht anderweitig angegeben, werden alle Beträge in Tausend Euro (TEUR) berichtet.

Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht werden zum elektronischen Bundesanzeiger eingereicht. Die Axel Springer AG wird beim Handelsregister des Amtsgerichts Berlin-Charlottenburg unter der Handelsregisternummer 4998 geführt.

(2) Konsolidierung

(a) Konsolidierungsgrundsätze

In den Konzernabschluss sind die Axel Springer AG und ihre Tochtergesellschaften einbezogen. Tochtergesellschaften sind Unternehmen, bei denen die Axel Springer AG direkt oder indirekt die Möglichkeit zur Beherrschung der Finanz- und Geschäftspolitik hat.

Die Anschaffungskosten im Rahmen von Unternehmens- und Geschäftserwerben werden mit dem anteiligen Zeitwert der erworbenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zum Erwerbszeitpunkt verrechnet. Ein aus der Verrechnung entstehender positiver Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert aktiviert. Negative Unterschiedsbeträge werden sofort erfolgswirksam erfasst. Der Erwerbszeitpunkt stellt den Zeitpunkt dar, an dem die Möglichkeit der Beherrschung des Reinvermögens und der finanziellen und operativen Handlungen des erworbenen Unternehmens bzw. Geschäfts auf den Konzern übergeht. Unterschiedsbeträge aus Verkäufen und Käufen von Minderheitsanteilen verrechnen wir innerhalb des Eigenkapitals.

Assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Als assoziierte Unternehmen werden Unternehmen definiert, bei denen der Axel Springer Konzern einen maßgeblichen Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik ausüben kann. Hinsichtlich der Ermittlung des Geschäfts- oder Firmenwertes sowie der anteiligen Zeitwerte der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten gelten die Bilanzierungsgrundsätze für Unternehmens- und Geschäftserwerbe. Ein Geschäfts- oder Firmenwert ist im fortgeführten Beteiligungsbuchwert des assoziierten Unternehmens enthalten. Für die Einbeziehung nach der Equity-Methode werden die IFRS-Abschlüsse dieser Unternehmen zum Konzernabschlussstichtag zugrunde gelegt. Verluste aus assoziierten Unternehmen, die den Beteiligungsbuchwert bzw. sonstige langfristige Forderungen aus der Finanzierung dieser Unternehmen übersteigen, werden nicht erfasst, sofern keine Nachschusspflicht besteht. Zwischenergebnisse werden eliminiert. Beteiligungsbuchwerte werden hinsichtlich ihrer Werthaltigkeit überprüft und bei vorliegender Wertminderung außerplanmäßig auf den niedrigeren erzielbaren Betrag abgeschrieben.

(b) Konsolidierungskreis

Die Zusammensetzung der in den Konzernabschluss der Axel Springer AG einbezogenen Gesellschaften (Konsolidierungskreis) ergibt sich aus folgender Darstellung:

	31.12.2009	31.12.2008
Vollkonsolidierte Gesellschaften		
Deutschland	53	52
Übrige Länder	76	38
Vollkonsolidierte Zweckgesellschaften		
Deutschland	3	3
Nach der Equity-Methode einbezogene Gesellschaften		
Deutschland	5	7
Übrige Länder	2	2

Bei den einbezogenen Zweckgesellschaften handelt es sich um geschlossene Immobilien-Fonds, deren Chancen und Risiken wirtschaftlich dem Konzern zuzurechnen sind. Die Gesellschaften des Konsolidierungskreises sind in Ziffer (44) angegeben. Die Aufstellung des Anteilsbesitzes der Axel Springer AG und des Konzerns wird zum elektronischen Bundesanzeiger eingereicht.

Im Geschäftsjahr 2009 ergaben sich die folgenden Veränderungen im Konsolidierungskreis:

Mit Erwerb von StepStone ASA, Oslo/Norwegen, haben wir drei inländische sowie 39 ausländische Gesellschaften der StepStone Gruppe erstmalig einbezogen. Die bereits gehaltenen Anteile an der StepStone ASA sowie der StepStone Deutschland AG, Düsseldorf, wurden seit dem 1. September 2009 nicht länger nach der Equity-Methode bilanziert.

Darüber hinaus haben wir über die im Berichtsjahr erstmalig einbezogene Tochtergesellschaft DW-Holding GmbH, Berlin, die Mehrheit der Anteile an der Digital Window Ltd., London/Großbritannien, erworben.

Die verbleibende Veränderung bei den vollkonsolidierten Gesellschaften im Ausland ergab sich aus der erstmaligen Einbeziehung der AS Nyomda Kft, Kecskemét/Ungarn, welche für den Konzern von untergeordneter Bedeutung ist. Darüber hinaus wurden in Zürich/Schweiz die TR7 AG auf die Axel Springer Schweiz AG, die Handelszeitung Fachverlag AG auf die Handelszeitung und Finanzrundschau AG sowie die usgang.ch GmbH auf die Avivum AG verschmolzen.

Im September wurden drei inländische Beteiligungen an der T&M Gruppe veräußert.

Die Anteile an der Myby GmbH & Co. KG, Düsseldorf, wurden durch den im Juni 2009 gestellten Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens nicht länger nach der Equity-Methode bilanziert.

Im Berichtsjahr haben wir eine 49%-Beteiligung an INFOR BIZNES Sp. z o.o., Warschau/Polen, erworben und nach der Equity-Methode einbezogen.

(c) Akquisitionen und Desinvestitionen

Die Axel Springer AG hat Anfang September 2009 den Anteil an der StepStone ASA, Oslo/Norwegen, von 33,3% auf 52,8% aufgestockt und damit die Beherrschung übernommen. Für die Aufstockung auf 52,8% fielen Anschaffungskosten von TEUR 26.557 sowie Nebenkosten in Höhe von TEUR 2.886 an. Die Anschaffungskosten für den im Jahr 2008 erfolgten Erwerb von 33,3% der Anteile betragen TEUR 34.886. Mit dem Pflichtübernahmeangebot für verbliebene ausstehende Aktien sowie durch weitere Anteilszerwerbe und den eingeleiteten Squeeze-out haben wir unseren Anteil bis zum Bilanzstichtag zu Anschaffungskosten von TEUR 65.410 auf 100,0% erhöht.

Die Anschaffungskosten des Mehrheitserwerbs auf 52,8 % wurden den erworbenen Vermögenswerten und Schulden wie folgt zugeordnet:

TEUR	Buchwert vor Akquisition	Anpassungsbetrag	Buchwert nach Akquisition
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	8.514	68.138	76.652
Sachanlagen	4.429		4.429
Sonstige langfristige Vermögenswerte	1.641		1.641
Kurzfristige Vermögenswerte	21.161	742	21.903
Finanzmittel	31.937		31.937
Aktive latente Steuern	10.587	-4.077	6.510
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-54.998	7.088	-47.910
Passive latente Steuern	0	-25.048	-25.048
Nettovermögen	23.271	46.843	70.114
Minderheitenanteil			33.115
Anschaffungskosten			64.329
Neubewertungsrücklage			3.086
Geschäfts- oder Firmenwert			24.243

Von den erworbenen sonstigen immateriellen Vermögenswerten unterliegen Vermögenswerte mit einem Buchwert von TEUR 41.075 einer unbestimmten Nutzungsdauer. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist vor allem nicht separierbaren Werten wie dem Mitarbeiter-Know-how sowie erwarteten Synergieeffekten aus der Integration zuzurechnen und wurde dem Segment Digitale Medien zugeordnet.

Die StepStone Gruppe hat seit der erstmaligen Einbeziehung zum Konzernumsatz in Höhe von TEUR 29.351 sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von TEUR -12.651 beigetragen. Wenn der Erwerb bereits am 1. Januar 2009 erfolgt wäre, hätten sich der Konzernumsatz um TEUR 95.923 sowie der Konzernüberschuss um TEUR -17.240 verändert; darüber hinaus wären Beteiligungsergebnisse in Höhe von TEUR -2.289 nicht vereinnahmt worden.

Die DW-Holding GmbH, Berlin, an der unsere 100%ige Tochtergesellschaft Axel Springer Venture GmbH 52,5 % der Anteile hält, hat Anfang Oktober 2009 50,1 % der Anteile an der Digital Window Ltd., London/Großbritannien, erworben. Aufgrund in den Folgejahren ausübbarer Call- und Put-Optionen über die restlichen 49,9 % der Anteile wurden nur die auf den Minderheitsgesellschafter der DW-Holding GmbH entfallenden Anteile erfasst. Die Anschaffungskosten beliefen sich auf TEUR 21.735 und Nebenkosten von TEUR 487. Darin enthalten sind bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 11.586.

Die Anschaffungskosten wurden den erworbenen Vermögenswerten und Schulden wie folgt zugeordnet:

TEUR	Buchwert vor Akquisition	Anpassungsbetrag	Buchwert nach Akquisition
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	41	10.921	10.962
Sachanlagen	366		366
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.213		7.213
Übrige kurzfristige Vermögenswerte	396		396
Finanzmittel	6.905		6.905
Aktive latente Steuern	2		2
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-7.714		-7.714
Passive latente Steuern	0	-3.058	-3.058
Nettovermögen	7.211	7.863	15.074
Minderheitenanteil			7.160
Anschaffungskosten			22.222
Geschäfts- oder Firmenwert			14.308

Von den erworbenen sonstigen immateriellen Vermögenswerten unterliegen keine Vermögenswerte einer unbestimmten Nutzungsdauer. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist vor allem nicht separierbaren Werten wie dem Mitarbeiter-Know-how sowie erwarteten Synergieeffekten aus der Integration zuzurechnen und wurde dem Segment Digitale Medien zugeordnet.

Digital Window Ltd. hat seit erstmaliger Einbeziehung zum Konzernumsatz in Höhe von TEUR 16.241 sowie zum Konzernüberschuss in Höhe von TEUR 943 beigetragen. Wenn der Erwerb bereits am 1. Januar 2009 erfolgt wäre, hätten sich der Konzernumsatz um TEUR 47.980 sowie der Konzernüberschuss um TEUR 1.021 verändert.

Im März, April und August 2009 erfolgte nach kartellrechtlicher Zustimmung der Verkauf einer Reihe von Regionalzeitungsbeteiligungen sowie der Elmshorner Nachrichten. TEUR 173.975 des Kaufpreises in Höhe von TEUR 323.975 wurden zu Beginn des zweiten sowie im dritten Quartal gezahlt. Der verbleibende Kaufpreis ist gestundet und wird im Zeitraum 2011 bis 2016 sukzessive zur Zahlung fällig. Die dem Segment Zeitungen National zugeordneten Beteiligungsbuchwerte und Finanzforderungen in Höhe von TEUR 109.175 sind aus den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten abgegangen. Es wurde ein Veräußerungsgewinn von insgesamt TEUR 214.357 erfasst. In diesem Zusammenhang entstanden Steueraufwendungen in Höhe von TEUR 21.780.

Weitere im Geschäftsjahr 2009 durchgeführte Akquisitionen und Desinvestitionen hatten in Summe keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Im Geschäftsjahr 2008 erwarben wir verschiedene Unternehmen und Geschäfte, die in Summe keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns hatten.

(d) Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen

Die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten von Tochterunternehmen, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden zum Währungskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Geschäfts- oder Firmenwerte und Zeitwertanpassungen von Vermögenswerten und Schulden im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben außerhalb der Europäischen Währungsunion werden dem erworbenen Unternehmen zugeordnet und entsprechend mit dem Währungskurs am Bilanzstichtag umgerechnet.

Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden zum gewichteten Durchschnittskurs umgerechnet. Eigenkapitalkomponenten der Tochterunternehmen werden zum historischen Kurs bei Entstehung umgerechnet. Die aus der Umrechnung resultierenden Währungsdifferenzen werden als Ausgleichsposten für Währungsumrechnung innerhalb des kumulierten übrigen Eigenkapitals bzw. der Anteile anderer Gesellschafter erfasst.

Die Kurse der für uns wichtigen Fremdwährungen haben sich im Verhältnis zum Euro wie folgt entwickelt:

1 € in Fremdwährung	Durchschnittskurs		Stichtagskurs	
	2009	2008	31.12.2009	31.12.2008
Polnische Zloty	4,34	3,52	4,14	4,17
Schweizer Franken	1,51	1,59	1,49	1,49
Ungarische Forint	280,55	250,12	272,48	265,64
Britische Pfund	0,89	0,80	0,90	0,97
Norwegische Kronen	8,75	8,24	8,32	9,91

(3) Erläuterung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

(a) Grundlagen

Die im Geschäftsjahr 2009 konzerneinheitlich angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind mit Ausnahme der beiden folgenden Änderungen grundsätzlich unverändert zum Vorjahr.

Wir haben die Regelungen des neuen IAS 1 (revised 2007) „Darstellung des Abschlusses“ umgesetzt. Eigenkapitalveränderungen, die aus Transaktionen mit den Anteilseignern in ihrer Eigenschaft als Eigenkapitalgeber entstehen, werden getrennt von den sonstigen Eigenkapitalveränderungen dargestellt. Unsere Eigenkapitalveränderungsrechnung umfasst sämtliche Details zu Geschäftsvorfällen mit Anteilseignern, während alle übrigen Eigenkapitalveränderungen in einer einzigen Zeile dargestellt werden. Zudem stellen wir das Konzerngesamtergebnis, in dem sämtliche Er-

folgsbestandteile erfasst sind, in einer separaten Aufstellung der erfassten Erträge und Aufwendungen dar.

Seit dem 1. Januar 2009 haben wir die Bilanzierung leistungsorientierter Pensionszusagen von der Korridormethode auf die sofortige erfolgsneutrale Erfassung sämtlicher versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste umgestellt. Der vollständige Ausweis der Pensionsverpflichtungen in der Bilanz führt zu einer verbesserten Darstellung der Vermögenslage. Die Vorjahreswerte zum 31. Dezember 2008 und 1. Januar 2008 wurden wie folgt angepasst: erfolgsneutrale Verringerung der langfristigen Pensionsrückstellungen um TEUR 10.941 (1. Januar 2008: TEUR 5.371) sowie erfolgsneutrale Verringerung der aktiven latenten Steuern um TEUR 3.570 (1. Januar 2008: TEUR 1.894). Die Effekte wurden mit dem sonstigen Eigenkapital innerhalb des kumulierten übrigen Eigenkapitals verrechnet. Durch die Umstellung der Bilanzierung ergaben sich keine Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnungen der Vorjahre.

Zu Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgrund neuer oder überarbeiteter IFRS-Standards und Interpretationen des IFRIC vgl. Ziffer (3r).

(b) Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Der Axel Springer Konzern erzielt überwiegend Vertriebs Erlöse aus dem Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften sowie Werbeerlöse. Umsatzerlöse gelten als realisiert, wenn die wesentlichen mit dem Eigentum verbundenen Risiken auf den Erwerber übergegangen sind bzw. die Dienstleistungen erbracht wurden, der Betrag des Erlöses zuverlässig bestimmt werden kann und der resultierende Zufluss eines wirtschaftlichen Nutzens hinreichend wahrscheinlich ist. Die Umsatzerlöse werden um Erlösschmälerungen gemindert.

Vertriebs Erlöse umfassen den Verkauf von Zeitungen und Zeitschriften an Einzelhandel, Großhandel und Abonnenten. Verlagserzeugnisse, bei denen eine Rücklieferung aufgrund von Erfahrungswerten erwartet wird, werden in diesem Umfang nicht umsatzwirksam erfasst.

Die Werbeerlöse umfassen den Umsatz aus dem Verkauf von Anzeigenflächen in den publizierten Zeitungen und Zeitschriften sowie den Umsatz in den Kategorien Display, Affiliate Marketing und Search im Bereich Digitale Medien.

Bei Geschäftsaktivitäten, bei denen wesentliche Chancen und Risiken nicht beim Axel Springer Konzern liegen bzw. Beträge im Interesse Dritter vereinnahmt werden, erfolgt ein Ausweis der Umsatzerlöse nur in Höhe der entsprechenden Provision bzw. der dem Konzern zustehenden Umsatzanteile.

Umsatzerlöse aus Tauschgeschäften werden realisiert, wenn nicht gleichartige Güter oder Dienstleistungen getauscht werden und Erlöse eindeutig messbar sind. Umsatzerlöse werden zum Zeitwert der erhaltenen Leistung bewertet. Sofern im Rahmen von Tauschgeschäften der Zeitwert der erhaltenen Leistung nicht zuverlässig bestimmt werden kann, wird dieser anhand des Zeitwerts der erbrachten Leistung bemessen.

Übrige Erträge werden erfasst, wenn der wirtschaftliche Nutzen aus der Transaktion verlässlich zu bestimmen ist und während der Berichtsperiode zugeflossen ist.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam.

Zinsen werden periodengerecht als Aufwand bzw. Ertrag erfasst. Zinsaufwendungen, die im Zusammenhang mit der Anschaffung und Herstellung qualifizierter Vermögenswerte entstanden sind, werden aktiviert. Dividenden werden bei Entstehen des Rechtsanspruches vereinnahmt.

(c) Immaterielle Vermögenswerte

Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden mit den Kosten angesetzt, die in der Entwicklungsphase nach dem Zeitpunkt der Feststellung der technologischen und wirtschaftlichen Realisierbarkeit bis zur Fertigstellung entstanden sind. Die aktivierten Herstellungskosten umfassen die direkt und indirekt der Entwicklungsphase zurechenbaren Kosten. Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungs-

kosten angesetzt. Selbst erstellte und erworbene immaterielle Vermögenswerte, die eine bestimmbare Nutzungsdauer aufweisen, werden mit Beginn der Nutzungsbereitschaft linear über die erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer wie folgt abgeschrieben:

	Nutzungsdauer in Jahren
Software	3 – 8
Lizenzen	3 – 10
Belieferungsrechte	3 – 6
Internet-Plattform	3 – 8
Kundenbeziehungen	3 – 16

Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, zu denen insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Titel- und Markenrechte zählen, werden nicht planmäßig abgeschrieben. Für diese Vermögenswerte bestehen derzeit keine wirtschaftlichen bzw. rechtlichen Restriktionen hinsichtlich ihrer Nutzung.

(d) Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten aktiviert und planmäßig linear entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Gewinne oder Verluste aus dem Abgang von Sachanlagen werden in den sonstigen betrieblichen Erträgen oder Aufwendungen ausgewiesen.

Gemietete oder geleaste Vermögenswerte, deren wirtschaftlicher Nutzen Axel Springer zuzurechnen ist, werden mit dem Barwert der Mindestmiet- bzw. -leasingraten oder, sofern niedriger, mit dem Zeitwert des Miet- bzw. Leasingobjektes im Anlagevermögen aktiviert und planmäßig linear abgeschrieben. Der Barwert der Zahlungsverpflichtungen aus den künftigen Mindestmiet- und Leasingraten wird als Verbindlichkeit passiviert.

Die planmäßigen Abschreibungen erfolgen über die folgenden Nutzungsdauern:

	Nutzungsdauer in Jahren
Gebäude	30 – 50
Mietereinbauten	5 – 15
Druckmaschinen	15 – 20
Redaktionssysteme	3 – 7
Sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 – 14

Bei Vermögenswerten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen, bei denen der Eigentumsübergang am Ende des Miet- bzw. Leasingvertrages hinreichend sicher ist, erfolgt die planmäßige Abschreibung über die wirtschaftliche Nutzungsdauer der Vermögenswerte.

Investitionszuschüsse und -zulagen der öffentlichen Hand werden erfasst, wenn eine hinreichende Sicherheit dafür besteht, dass die Zuwendungen gewährt und die damit verbundenen Bedingungen erfüllt werden. Zulagen und Zuschüsse für die Anschaffung bzw. Herstellung von Sachanlagen werden in einem passiven Abgrenzungsposten innerhalb der sonstigen Verbindlichkeiten erfasst. Der Abgrenzungsposten wird nachfolgend über die Nutzungsdauer der bezuschussten Vermögenswerte erfolgswirksam aufgelöst.

(e) Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Immobilien, die zur Vermietung an Dritte bestimmt sind, werden zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert. Diese Immobilien werden linear über die wirtschaftliche Nutzungsdauer von 50 Jahren abgeschrieben.

(f) Außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Eine außerplanmäßige Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte und auf Sachanlagen wird vorgenommen, sofern aufgrund bestimmter Ereignisse oder veränderter Umstände der Buchwert der Vermögenswerte nicht mehr durch den erzielbaren Betrag (Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bzw. Nutzungswert) gedeckt ist. Sofern eine Ermittlung des erzielbaren

Betrags für einzelne Vermögenswerte nicht möglich ist, erfolgt die Bestimmung des erzielbaren Betrags für die nächst höhere Gruppierung von Vermögenswerten.

Im Rahmen von Unternehmens- und Geschäftserwerben erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden einmal jährlich auf Wertminderung überprüft. Zur Durchführung des Werthaltigkeitstests werden diese Vermögenswerte denjenigen Zahlungsmittel generierenden Einheiten oder Gruppen von Zahlungsmittel generierenden Einheiten (jeweils „Berichtseinheiten“) zugeordnet, die erwartungsgemäß von den Synergien der Unternehmens- und Geschäftserwerbe profitieren. Diese Berichtseinheiten repräsentieren die unterste Ebene, auf der diese Vermögenswerte für Zwecke der Unternehmenssteuerung überwacht werden. Sie entsprechen in der Regel einzelnen Titeln und digitalen Medien des Konzerns. Im Fall von integrierten Geschäftsmodellen werden einzelne Titel und Medien zu einer Berichtseinheit zusammengefasst.

Die Prüfung der Werthaltigkeit erfolgt durch Ermittlung des Nutzungswertes der Berichtseinheiten anhand geschätzter zukünftiger Cashflows, die aus der Mittelfristplanung abgeleitet werden. Der Planungshorizont der Mittelfristplanung beträgt fünf Jahre. Die Zahlungsströme nach diesem Fünfjahreszeitraum werden unter Nutzung einer Wachstumsrate von 1,5 % (Vj.: 1,5 %) extrapoliert, die das angenommene durchschnittliche Markt- oder Branchenwachstum der jeweiligen Berichtseinheiten nicht überschreitet. Die Diskontierungssätze werden auf der Basis des gewichteten Kapitalkostensatzes des Konzerns unter Berücksichtigung länderspezifischer Besonderheiten ermittelt und betragen zwischen 6,2 % und 12,3 % (Vj.: zwischen 6,2 % und 12,8 %) nach Steuern bzw. zwischen 7,9 % und 15,4 % (Vj.: zwischen 7,9 % und 16,0 %) vor Steuern.

In den folgenden der Berechnung des Nutzungswertes der Berichtseinheiten zugrunde gelegten Annahmen bestehen Schätzunsicherheiten:

Mittelfristplanung: Die Mittelfristplanung basiert auf vergangenheitsbezogenen Erfahrungswerten und berücksichtigt geschäftssegmentspezifische Marktwachstumserwartungen. Dabei nehmen wir an, dass

im Bereich der elektronischen Medien in der Regel ein höheres Wachstum der Cashflows als im Bereich Print realisiert werden kann.

Diskontierungssätze: Die Abzinsungssätze spiegeln die aktuellen Markteinschätzungen hinsichtlich der den Berichtseinheiten jeweils zuzuordnenden länderspezifischen Risiken wider. Der Abzinsungssatz wurde basierend auf den branchenüblichen durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten geschätzt.

Wachstumsraten: Den Wachstumsraten liegen veröffentlichte branchenbezogene Marktforschungen zugrunde. Bei der Schätzung der Wachstumsraten wurde berücksichtigt, dass sich im Rahmen der strategischen Ausrichtung des Konzerns im Bereich langfristiger Wachstumsraten Kompensationseffekte zwischen den verschiedenen Geschäftsfeldern des Konzerns ergeben.

Für Geschäfts- oder Firmenwerte, die aus vorläufigen Kaufpreisallokationen resultieren, werden nur bei Vorliegen bestimmter Ereignisse Werthaltigkeitstests durchgeführt.

Zuschreibungen werden vorgenommen, wenn der erzielbare Betrag den Buchwert des Vermögenswertes übersteigt. Die Zuschreibung erfolgt dabei höchstens auf den Betrag, der sich ohne die Vornahme vorheriger außerplanmäßiger Abschreibungen ergeben hätte. Eine Zuschreibung auf einen außerplanmäßig abgeschriebenen Geschäfts- oder Firmenwert erfolgt nicht.

(g) Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die finanziellen Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen Finanzmittel, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen, Ausleihungen, Beteiligungen, Wertpapiere sowie Finanzderivate mit einem positiven Marktwert. Die finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten insbesondere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten sowie Finanzderivate mit einem negativen Marktwert.

Die erstmalige bilanzielle Erfassung sowie der bilanzielle Abgang von marktüblichen Käufen und Verkäufen werden am Erfüllungstag vorgenommen.

Sofern verlässlich ermittelbar, werden finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu Zeitwerten auf Basis entsprechender Marktwerte oder Bewertungsmethoden bewertet. Bei Anwendung von Bewertungsmethoden basiert die Bestimmung des Zeitwertes auf erwarteten Zahlungsströmen unter Anwendung der zum Bilanzstichtag gültigen Referenzzinssätze. Die Folgebewertung nicht-derivativer finanzieller Verbindlichkeiten erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode.

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf den Bezug von Cashflows aus dem finanziellen Vermögenswert erloschen sind oder wenn der Konzern seine vertraglichen Rechte auf den Bezug von Cashflows aus dem finanziellen Vermögenswert an Dritte übertragen hat oder eine vertragliche Verpflichtung zur sofortigen Zahlung des Cashflows an eine dritte Partei eingegangen ist, bei der Chancen und Risiken oder die Verfügungsmacht übertragen wurden. Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, aufgehoben oder erloschen ist.

Beteiligungen und Wertpapiere

Die Bilanzierung von Beteiligungen, die nicht konsolidiert bzw. nicht nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden, sowie von Wertpapieren erfolgt grundsätzlich zum Zeitwert, wenn dieser verlässlich anhand von Börsen- oder Marktpreisen bzw. mittels anerkannter Bewertungsmethoden ermittelt werden kann. Anderenfalls erfolgt die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten. Zu den Bewertungsmethoden gehört insbesondere die Discounted-Cashflow-Methode (DCF-Methode) auf Basis der erwarteten Beteiligungsergebnisse. Diese werden jedoch dann nicht als verlässlich bewertbar eingestuft, wenn keine ausreichend detaillierten Informationen vorliegen, die Fungibilität/Vergleichbarkeit der Beteiligung stark eingeschränkt ist, wir aufgrund unserer Stellung als Minderheitsgesellschafter keinen Einfluss auf die Ausschüttungspolitik der Beteiligung nehmen können und die Ausschüttung nicht re-

gelmäßig im gleichen Geschäftsjahr oder Folgejahr erfolgt. Die aus der Veränderung des Zeitwertes resultierenden unrealisierten Gewinne und Verluste werden unter Berücksichtigung der steuerlichen Auswirkungen im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst. Eine erfolgswirksame Erfassung der Zeitwertänderungen erfolgt erst zum Zeitpunkt der Veräußerung bzw. bei Vorliegen einer dauerhaften Wertminderung.

Zu jedem Abschlussstichtag werden die Buchwerte der Beteiligungen und Wertpapiere daraufhin untersucht, ob objektive Hinweise auf eine Wertminderung hindeuten. Liegt eine Wertminderung vor, erfolgt eine ergebniswirksame außerplanmäßige Abschreibung.

Ausleihungen, Forderungen und übrige finanzielle Vermögenswerte

Ausleihungen, Forderungen und übrige finanzielle Vermögenswerte werden bei ihrer Ersterfassung mit dem Zeitwert zuzüglich Transaktionskosten angesetzt. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Verwendung der Effektivzinsmethode sowie unter Abzug von Wertminderungen. Eine Wertminderung wird dann erfasst, wenn objektive Hinweise dafür vorliegen, dass die fälligen Forderungsbeträge nicht vollständig einbringlich sind. Dies ist z.B. bei Insolvenz oder anderen erheblichen finanziellen Belastungen des Schuldners gegeben. Die Höhe der Wertminderung bemisst sich als Differenz zwischen dem Buchwert der Forderung und dem Barwert der geschätzten zukünftigen Cashflows aus dieser Forderung, diskontiert mit dem Effektivzinssatz. Wertberichtigungen werden sowohl über ein Wertberichtigungskonto als auch mittels Direktabschreibungsmethode erfolgswirksam erfasst. Das Wertberichtigungskonto wird insbesondere bei Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie auf Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen angewandt. Ergibt sich zu späteren Bewertungszeitpunkten, dass der Zeitwert objektiv gestiegen ist, werden die Wertminderungen in entsprechender Höhe erfolgswirksam zurückgenommen.

Finanzmittel

Unter den Finanzmitteln werden flüssige Mittel (Bankguthaben, Kassen- und Scheckbestände) sowie kurz-

fristig veräußerbare Wertpapiere ausgewiesen. Die Bewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten

Anschaffungskosten aus Optionen und Earn-out-Vereinbarungen aus Unternehmenstransaktionen, bei denen der Konzern die Beherrschung erlangt, werden als bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten mit ihrem Barwert erfasst, sofern die Anschaffungskosten wahrscheinlich und verlässlich bewertbar sind. Die Diskontierungszinssätze werden auf Basis des Fremdkapitalkostenzinssatzes des Konzerns ermittelt.

Finanzderivate

Finanzderivate werden zur Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken eingesetzt, die Einfluss auf zukünftige Zahlungsströme ausüben. Sofern die Kriterien für die Abbildung von Sicherungsbeziehungen erfüllt sind, erfolgt die Bilanzierung des effektiven Teils der Zeitwertänderungen unter Berücksichtigung der steuerlichen Wirkungen erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital. Ineffektivitäten werden sofort erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesenen Beträge werden ausgebucht, sofern das Grundgeschäft bilanziell erfasst bzw. erfolgswirksam geworden ist. Zeitwertänderungen von Derivaten, die ungeachtet ihrer wirtschaftlichen Sicherungswirkung die Kriterien für eine Bilanzierung als Sicherungsgeschäft nicht erfüllen, werden erfolgswirksam zum Zeitwert bilanziert.

(h) Vorräte

Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt. Die Ermittlung der Anschaffungskosten erfolgt auf der Grundlage eines gewichteten Durchschnittswertes. Die Herstellungskosten umfassen alle der Leistungserstellung zurechenbaren Einzelkosten sowie produktionsbezogene Gemeinkosten. Die Bewertung der Vorräte zum Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag von Anschaffungs- oder Herstellungskosten und realisierbarem Nettoveräußerungswert. Der Nettoveräußerungswert stellt dabei den voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlös abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden Kosten dar. Der Nettoveräußerungswert von unfertigen Erzeugnissen

wird retrograd aus dem Nettoveräußerungswert der fertigen Erzeugnisse unter Berücksichtigung der noch bis zur Fertigstellung anfallenden Kosten ermittelt. Bei Wegfall der Gründe, die zu einer Wertminderung der Vorräte geführt haben, wird eine entsprechende Wertaufholung vorgenommen.

(i) Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte

Vermögenswerte werden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert, sofern ihr Verkauf eingeleitet wurde. Die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet.

(j) Pensionsrückstellungen

Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen für leistungsorientierte Versorgungssysteme werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren unter Berücksichtigung von zukünftigen Entgelt- und Rentenanpassungen errechnet. In den Geschäftsjahren 2009 und 2008 wurden die folgenden Parameter angewendet:

Angaben in %	2009	2008
Rechnungszins	3,0 / 5,3	3,0 / 5,8
Erwartete Rendite des Planvermögens	3,25 – 3,5	3,25 – 3,5
Erwartete Rendite des Erstattungsanspruchs	5,3	5,8
Gehaltstrend	1,5 – 2,0	1,5 – 2,5
Rententrend	0,25 – 2,0	0,25 – 2,25

Hinsichtlich der Lebenserwartung wurden die anerkannten versicherungsmathematischen Richttafeln der jeweiligen Länder verwendet. Der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung wird durch Diskontierung der geschätzten künftigen Zahlungsmittelabflüsse bestimmt. Der Rechnungszins orientiert sich hierbei an hochqualitativen Unternehmensanleihen, die in Hinblick auf Währung und Laufzeit den zugrunde liegenden Pensionsverpflichtungen entsprechen.

Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste, die aus der Veränderung der versicherungsmathematischen Parameter resultieren, werden sofort erfolgsneutral mit dem kumulierten übrigen Eigenkapital verrechnet.

(k) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren rechtlichen und faktischen Verpflichtungen gegenüber Dritten, deren Erfüllung wahrscheinlich ist und deren Höhe zuverlässig eingeschätzt werden kann. Die Rückstellungen werden mit dem erwarteten Erfüllungsbetrag angesetzt. Langfristige Rückstellungen werden auf der Grundlage entsprechender Marktzinssätze mit ihrem auf den Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag bilanziert. Rückstellungen für Restrukturierungen werden nur angesetzt, sofern zum Bilanzstichtag eine hinreichende Konkretisierung der beabsichtigten Maßnahmen erfolgt ist und diese Maßnahmen kommuniziert worden sind.

(l) Latente Steuern

Latente Steuern werden zur Berücksichtigung zukünftiger steuerlicher Folgen von temporären Differenzen zwischen den steuerlichen Bemessungsgrundlagen der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten und deren Wertansätzen im Konzernabschluss sowie auf Zins- und Verlustvorträge gebildet. Die Bemessung der latenten Steuern erfolgt dabei auf Grundlage der vom Gesetzgeber zum Ende des jeweiligen Geschäftsjahres erlassenen Regelungen für die Geschäftsjahre, in denen sich die Differenzen ausgleichen bzw. die Verlustvorträge wahrscheinlich genutzt werden. Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen bzw. Zins- und Verlustvorträge werden nur dann angesetzt, sofern ihre Realisierbarkeit in näherer Zukunft hinreichend gesichert erscheint. Auf temporäre Unterschiede, die aus der Zeitwertbilanzierung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten im Rahmen von Unternehmenserwerben resultieren, werden latente Steuern bilanziert. Latente Steuern werden auf temporäre Unterschiede bei Geschäfts- oder Firmenwerten nur dann angesetzt, wenn die Geschäfts- oder Firmenwerte steuerlich geltend gemacht werden können. Aktive und passive latente Steuern werden bei steuerlich organschaftlich verbundenen Unternehmen saldiert, sofern sie sich auf Steuern vom Einkommen und Ertrag beziehen und die gleiche Steuerart betreffen; im Übrigen erfolgt eine Saldierung nur, sofern sich die latenten Steuern auf Steuern vom Einkommen und vom Ertrag beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden, und auch laufende Steuern gegeneinander verrechnet werden können.

(m) Eigene Anteile

Eigene Anteile werden zu Anschaffungskosten bewertet und mindern erfolgsneutral das Eigenkapital. Die Darstellung in der Eigenkapitalveränderungsrechnung erfolgt in einem gesonderten Posten.

(n) Aktienbasierte Vergütungsprogramme

Als Bestandteil von erfolgsabhängigen Vergütungsprogrammen werden im Axel Springer Konzern aktienbasierte Vergütungsprogramme mit Ausgleich durch Aktien und mit Ausgleich durch Finanzmittel ausgegeben. Die über den Erdienungszeitraum aufwandswirksam zu erfassenden Vergütungskomponenten entsprechen dem Zeitwert der gewährten Optionen zum Gewährungszeitpunkt (bei Ausgleich durch Aktien) bzw. zum Bilanzstichtag (bei Ausgleich durch Finanzmittel). Die Bestimmung der Zeitwerte erfolgt auf der Grundlage des Black-Scholes Modells. In korrespondierender Höhe wird eine Erhöhung der Kapitalrücklage (bei Ausgleich durch Aktien) bzw. werden Rückstellungen / Verbindlichkeiten (bei Ausgleich durch Finanzmittel) bilanziert.

(o) Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten

In dieser Bilanzposition werden Verbindlichkeiten und Rückstellungen ausgewiesen, die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten zuzuordnen sind.

(p) Transaktionen in Fremdwährung

Käufe und Verkäufe in Fremdwährungen werden mit dem zum Zeitpunkt der Transaktion geltenden Tageskurs umgerechnet. Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden mit dem Wechselkurs zum Bilanzstichtag in die funktionale Währung umgerechnet. Die aus diesen Umrechnungen entstandenen Fremdwährungsgewinne und -verluste werden ergebniswirksam erfasst.

(q) Verwendung von Schätzungen

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfordert Schätzungen und Annahmen, die Einfluss auf den Ausweis von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die Angabe von Eventualverbindlichkeiten zum Bilanzstichtag sowie den Ausweis von Erträgen und Aufwendungen haben. Wesentliche Schätzungen und Annahmen sind insbesondere bei folgenden Sachverhalten getroffen worden: Wertberichtigungen auf Forderungen, versicherungsma-

thematische Parameter bei der Bewertung der Pensionsrückstellungen, Remissionsquoten, Mittelfristplanungen, Diskontierungssätze und Wachstumsraten für die Bewertung von Geschäfts- oder Firmenwerten und immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer, bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten für Optionen und Earn-out-Vereinbarungen aus Unternehmenstransaktionen sowie Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern. Zur Angabe der Buchwerte, die unter Verwendung von Schätzungen ermittelt wurden, verweisen wir auf die entsprechenden Einzelerläuterungen.

(r) Neue Rechnungslegungsvorschriften

Folgende für Axel Springer relevante IFRS-Standards wurden im Geschäftsjahr erstmalig angewendet:

IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“: Die Neuregelungen des im September 2007 veröffentlichten neuen IAS 1 (revised 2007) zur Darstellung und Struktur des Abschlusses haben wir seit dem 1. Januar 2009 umgesetzt (vgl. Ziffer (3a)). Die Änderungen betrafen die Darstellung des Konzernabschlusses. Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ergaben sich daraus nicht.

IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“: Im März 2009 hat das IASB Änderungen zu IFRS 7 mit dem Titel „Verbesserte Angaben zu Finanzinstrumenten“ veröffentlicht. Die Änderungen sehen erweiterte Angaben zur Bewertung von Finanzinstrumenten zum Zeitwert und zu Liquiditätsrisiken vor. Die Änderungen sind verpflichtend anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnen. Die Änderungen hatten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Berichterstattung.

Nachfolgend sind bereits veröffentlichte, aber noch nicht angewandte IFRS-Standards dargestellt, die für Axel Springer relevant sind:

Im April 2009 wurde der zweite Sammelstandard zur Änderung von insgesamt zehn Standards und zwei Interpretationen durch das IASB veröffentlicht. Ein Großteil der Änderungen ist auf Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2010 beginnen. Eine Übernahme in europäisches Recht steht noch

aus. Es werden sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ergeben.

IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ und IAS 27 „Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS“: Im Januar 2008 hat das IASB überarbeitete Fassungen der Standards IFRS 3 und IAS 27 veröffentlicht. Im Geschäftsjahr erfolgte die Übernahme in EU-Recht. Die Neuregelungen sind prospektiv erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die Änderungen betreffen die Ansatzhöhe des Geschäfts- oder Firmenwerts, die Bewertung von Minderheitsanteilen, die Abbildung von sukzessiven Unternehmenserwerben sowie die Behandlung von bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten und Anschaffungsnebenkosten. Durch die Änderungen zu IAS 27 sind Veränderungen der Beteiligungshöhe an einem Tochterunternehmen (ohne Verlust der Beherrschung) nun ausschließlich als Eigenkapitaltransaktion zu bilanzieren. Ferner werden die Vorschriften zur Verteilung von Verlusten auf Anteile ohne beherrschenden Einfluss und die Bilanzierungsregelungen bei Transaktionen, die zu einem Beherrschungsverlust führen, geändert. Die Änderungen werden sich auf künftige Unternehmenstransaktionen, insbesondere auf die Ergebnisse des Berichtszeitraums, in dem ein Unternehmenserwerb erfolgt ist, und auf künftige Ergebnisse auswirken.

IFRS 9 „Finanzinstrumente“: Im November 2009 wurde dieser Standard vom IASB veröffentlicht und stellt die erste von insgesamt drei Phasen zur vollständigen Ablösung des IAS 39 dar. Mit Abschluss einer Phase werden die entsprechenden Inhalte dem IAS 39 entnommen und in IFRS 9 eingefügt. Die erste Phase führt zu einer grundlegenden Änderung der Vorschriften über die Kategorisierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten und konzentriert sich inhaltlich ausschließlich auf finanzielle Vermögenswerte. IFRS 9 ist zwingend anzuwenden auf Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen. Eine Übernahme in europäisches Recht steht noch aus. Die Anwendung des neuen Standards wird zu Änderungen bei der Darstellung und Bilanzierung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten führen.

Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

(4) Immaterielle Vermögenswerte

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte stellte sich wie folgt dar:

TEUR	Erworbene Rechte und Lizenzen	Selbst erstellte Rechte	Geschäfts- oder Firmenwerte	Summe
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten				
Stand 1. Januar 2008	436.916	25.153	412.096	874.165
Erstkonsolidierung	6.315	667	4.324	11.306
Währungseffekte	8.802	31	5.867	14.700
Zugänge	31.243	1.041	7.416	39.700
Abgänge	-14.098	0	0	-14.098
Umbuchungen	514	0	42.103	42.617
Stand 31. Dezember 2008	469.692	26.892	471.806	968.390
Erstkonsolidierung	77.250	10.557	36.299	124.106
Entkonsolidierung	-2.745	0	-1.878	-4.623
Währungseffekte	-502	337	1.364	1.199
Zugänge	17.387	2.125	0	19.512
Abgänge	-62.054	-68	-286	-62.408
Umbuchungen	143	-86	0	57
Stand 31. Dezember 2009	499.171	39.757	507.305	1.046.233
Abschreibungen und Wertberichtigungen				
Stand 1. Januar 2008	111.781	9.401	48.276	169.458
Erstkonsolidierung	403	0	0	403
Währungseffekte	698	-6	0	692
Zugänge	55.746	4.081	2.107	61.934
Abgänge	-1.776	0	0	-1.776
Zuschreibungen	-285	0	0	-285
Stand 31. Dezember 2008	166.567	13.476	50.383	230.426
Erstkonsolidierung	116	0	0	116
Entkonsolidierung	-1.622	0	-1.878	-3.500
Währungseffekte	-447	215	0	-232
Zugänge	35.463	4.405	0	39.868
Abgänge	-55.605	-68	-286	-55.959
Umbuchungen	337	0	0	337
Zuschreibungen	-261	0	0	-261
Stand 31. Dezember 2009	144.548	18.028	48.219	210.795
Buchwerte				
Zum 31. Dezember 2009	354.623	21.729	459.086	835.438
Zum 31. Dezember 2008	303.125	13.416	421.423	737.964

Bei den selbst erstellten immateriellen Vermögenswerten handelte es sich insbesondere um Softwarelösungen und Webseiten.

Den Berichtseinheiten zugeordnete Geschäfts- oder Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer betragen je Berichtseinheit in Summe unter 25 % des Gesamtwerts aller zum 31. Dezember 2009 bilanzierten Geschäfts- oder Firmenwerte und immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer in Höhe von TEUR 655.179 (Vj.: TEUR 575.901).

Die Nutzungswerte der Berichtseinheiten werden im Wesentlichen durch den Endwert bestimmt. Die Höhe des Endwerts hängt neben dem prognostizierten Cashflow im fünften Jahr der Mittelfristplanung vor allem von der Wachstumsrate der Cashflows nach Ablauf der Mittelfristplanung und dem Diskontierungssatz ab (siehe Erläuterungen in Ziffer (3f) zu Annahmen im Rahmen des jährlichen Werthaltigkeitstests).

Mit knapp 70 % des Gesamtwerts entfielen Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von TEUR 319.781 und immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer in Höhe von TEUR 116.259 auf insgesamt vier Berichtseinheiten im Segment Digitale Medien. Eine Reduzierung des Cashflows im fünften Planjahr um ca. 60 % würde den Überschuss zwischen Nutzungswert und Buchwert dieser Berichtseinheiten auf null reduzieren. Eine Reduzierung der Wachstumsrate um 0,5 Prozentpunkte würde den Überschuss um 14,3 % verringern, eine Erhöhung des Diskontierungssatzes um 0,5 Prozentpunkte würde den Überschuss um 17,4 % verringern.

Zu außerplanmäßigen Abschreibungen von Geschäfts- oder Firmenwerten und sonstigen immateriellen Vermögenswerten siehe Erläuterungen unter Ziffer (24).

(5) Sachanlagen

Hinsichtlich der Entwicklung der Sachanlagen ergab sich folgende Darstellung:

TEUR	Grundstücke und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Summe
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten					
Stand 1. Januar 2008	577.739	535.680	165.191	5.954	1.284.564
Erstkonsolidierung	0	79	1.032	0	1.111
Währungseffekte	268	24	-1.231	-15	-954
Zugänge	1.933	3.179	15.071	1.751	21.934
Abgänge	-2.520	-3.179	-8.959	-1.442	-16.100
Umbuchungen	-2.715	2.879	1.707	-4.166	-2.295
Stand 31. Dezember 2008	574.705	538.662	172.811	2.082	1.288.260
Erstkonsolidierung	4.112	6.532	5.243	0	15.887
Entkonsolidierung	0	-80	-59	0	-139
Währungseffekte	-261	-200	50	12	-399
Zugänge	2.131	2.433	13.752	2.937	21.253
Abgänge	-843	-3.970	-12.195	-136	-17.144
Umbuchungen	3.976	1.088	-272	-1.470	3.322
Stand 31. Dezember 2009	583.820	544.465	179.330	3.425	1.311.040
Abschreibungen und Wertberichtigungen					
Stand 1. Januar 2008	150.348	262.629	114.176	622	527.775
Erstkonsolidierung	0	79	710	0	789
Währungseffekte	53	-15	-223	0	-185
Zugänge	11.604	23.582	14.312	0	49.498
Abgänge	-328	-3.133	-7.664	-622	-11.747
Umbuchungen	-193	132	74	0	13
Zuschreibungen	0	0	-133	0	-133
Stand 31. Dezember 2008	161.484	283.274	121.252	0	566.010
Erstkonsolidierung	804	2.866	375	0	4.045
Entkonsolidierung	0	5	-29	0	-24
Währungseffekte	-144	-82	6	0	-220
Zugänge	11.843	24.207	15.716	0	51.766
Abgänge	-766	-3.752	-11.128	0	-15.646
Umbuchungen	360	369	-372	0	357
Stand 31. Dezember 2009	173.581	306.887	125.820	0	606.288
Buchwerte					
Zum 31. Dezember 2009	410.239	237.578	53.510	3.425	704.752
Zum 31. Dezember 2008	413.221	255.388	51.558	2.082	722.249

Zum 31. Dezember 2009 wurden Sachanlagen mit Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten von TEUR 159.692 (Vj.: TEUR 145.981) genutzt, die bereits vollständig abgeschrieben worden sind.

(6) Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Die Entwicklung der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien war wie folgt:

TEUR	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten	
Stand 1. Januar 2008	49.318
Zugänge	560
Umbuchungen	2.440
Stand 31. Dezember 2008	52.318
Zugänge	516
Umbuchungen	-3.616
Stand 31. Dezember 2009	49.218
Abschreibungen und Wertberichtigungen	
Stand 1. Januar 2008	21.949
Zugänge	656
Umbuchungen	193
Zuschreibungen	-142
Stand 31. Dezember 2008	22.655
Zugänge	716
Umbuchungen	-357
Zuschreibungen	-5.500
Stand 31. Dezember 2009	17.514
Buchwerte	
Zum 31. Dezember 2009	31.704
Zum 31. Dezember 2008	29.663

Der Zeitwert der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien zum 31. Dezember 2009 betrug TEUR 31.704 (Vj.: TEUR 29.663). Die Bestimmung des Zeitwertes erfolgte auf der Grundlage prognostizierter Zahlungsflüsse unter Nutzung der DCF-Methode. Der Berechnung wurden ein Diskontierungssatz von 7,0 % (Vj.: 8,0 %) und ein Kapitalisierungssatz der ewigen Rente von 6,0 % (Vj.: 7,0 %) zugrunde gelegt. In Folge der positiven Entwicklung des Zeitwertes konnten in Vorjahren erfasste außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 5.500 rückgängig gemacht werden.

Im Geschäftsjahr 2009 wurden Mieterlöse in Höhe von TEUR 2.955 (Vj.: TEUR 2.807) erzielt, denen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.436 (Vj.: TEUR 930) gegenüberstanden. Auf nicht vermietete Flächen entfielen direkt zurechenbare Aufwendungen von TEUR 108 (Vj.: TEUR 96).

(7) Finanzanlagen

Die assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, entwickelten sich im Geschäftsjahr wie folgt:

TEUR	2009	2008
Buchwert 1. Januar	129.993	639.371
Ergebnisvereinnahmen	1.524	4.432
Ausschüttungen	-11.728	-32.166
Erfolgsneutrale Veränderungen	-3.233	-560
Außerplanmäßige Abschreibungen	-20.498	-60.000
Akquisitionen	14.819	34.845
Abgänge	-51.779	0
Umgliederung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	-456.049
Sonstige Veränderungen	604	120
Buchwert 31. Dezember	59.702	129.993

Die Abgänge des Geschäftsjahres betrafen unsere Anteile an der StepStone ASA und der StepStone Deutschland AG. Sie resultierten aus der erstmaligen Einbeziehung der StepStone Gruppe. Die Akquisitionen betrafen den Erwerb von 49 % der Anteile an INFOR BIZNES.

Die zusammenfassenden Finanzinformationen der assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bewertet wurden, setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009	2008
Ergebnis	-92.506	-14.029
Umsatz	719.561	858.372
Vermögenswerte	622.760	956.967
Verbindlichkeiten	524.885	668.178

Die zusammenfassenden Finanzinformationen der assoziierten Unternehmen, die den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten zugeordnet wurden (vgl. Ziffer (12)), basieren auf den zum Aufstellungszeitpunkt verfügbaren Finanzdaten. Im Berichtsjahr waren dies ausschließlich (Vj.: überwiegend) Finanzdaten zum 30. September 2009.

TEUR	2009	2008
Ergebnis	-85,510	-15,433
Umsatz	200,594	633,474
Vermögenswerte	679,983	1,115,870
Verbindlichkeiten	725,844	732,569

Der auf Basis des öffentlich notierten Marktpreises ermittelte Zeitwert zum 31. Dezember 2009 für unsere Anteile an dem assoziierten Unternehmen ZertifikateJournal AG, Veitshöchheim, betrug TEUR 1.798 (Vj.: TEUR 1.748).

(8) Vorräte

Die Vorräte setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	27.171	38.995
Unfertige Erzeugnisse	2.179	2.471
Fertige Erzeugnisse sowie Waren	2.550	2.759
Vorräte	31.900	44.225

Vorräte in Höhe von TEUR 9.455 (Vj.: TEUR 10.460) wurden zu ihrem Nettoveräußerungswert bilanziert. Die Wertberichtigung für diese Bestände betrug zum 31. Dezember 2009 TEUR 2.047 (Vj.: TEUR 1.943), hiervon wurden im Berichtsjahr TEUR 364 (Vj.: TEUR 1.686) erfolgswirksam erfasst.

(9) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	317.257	274.147
Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-15.310	-9.272
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	301.947	264.875

Die Entwicklung der auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gebildeten Wertberichtigungen ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

TEUR	2009	2008
Stand am 1. Januar	9.272	8.972
Zugang durch Erstkonsolidierung	0	104
Verbrauch	-6.417	-5.889
Auflösungen	-641	-784
Zuführungen	13.013	6.805
Sonstige Veränderungen	83	64
Stand am 31. Dezember	15.310	9.272

Zum 31. Dezember 2009 war ein Forderungsbestand in Höhe von TEUR 183.638 (Vj.: TEUR 166.481) weder wertgemindert noch überfällig. Hier deuteten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Kunden ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

Die zum Bilanzstichtag in Zahlungsverzug befindlichen, aber nicht wertgeminderten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen waren wie folgt überfällig:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
bis 30 Tage	51.543	43.188
31 bis 90 Tage	26.139	35.054
91 bis 180 Tage	8.914	3.420
181 bis 360 Tage	10.063	11.675
ab 361 Tage	8.999	1.806

(10) Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen

Die Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	35.249	35.520
Forderungen gegen sonstige nahe stehende Personen und Unternehmen	8.738	20.062
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	43.987	55.582

Die Forderungen gegen assoziierte Unternehmen enthielten in Höhe von TEUR 29.464 (Vj.: TEUR 29.754) einen Erstattungsanspruch für Pensionsverpflichtungen (vgl. Ziffer (14)).

Die Entwicklung der auf Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen gebildeten Wertberichtigungen ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

TEUR	2009	2008
Stand am 1. Januar	19.259	18.529
Auflösungen	-6	-250
Zuführungen	474	1.001
Sonstige Veränderungen	557	-21
Stand am 31. Dezember	20.284	19.259

Zum 31. Dezember 2009 war ein Bestand in Höhe von TEUR 42.841 (Vj.: TEUR 49.895) weder wertgemindert noch überfällig. Hier deuteten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die nahe stehenden Personen oder Unternehmen ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

(11) Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte gliederten sich wie folgt:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Kaufpreisstundung Regionalzeitungsbeteiligungen	150.000	0
Geleistete Vorauszahlungen	16.403	15.649
H&F-Call-Option	10.835	1.840
Forderungen aus Kirch-Insolvenz	7.586	6.175
Forderungen aus sonstigen Steuern	5.503	5.833
Debitorische Kreditoren	4.394	7.382
Forderungen an Mitarbeiter	566	1.483
Übrige	27.327	26.690
Sonstige Vermögenswerte	222.613	65.051

Die Kaufpreisstundung aus der Veräußerung der Regionalzeitungsbeteiligungen ist in Ziffer (2c) beschrieben.

Mit Vertrag vom 8. April 2004 gewährten die Gesellschafter H&F Rose Partners, L.P. und H&F International Rose Partners, L.P. (im Folgenden zusammen „H&F“) der Axel Springer AG 560.700 Call-Optionen auf den Erwerb von Aktien der Axel Springer AG. Somit bestand grundsätzlich das Recht, für jede Aktie, die im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms an den Vorstand ausgegeben wird, eine Aktie der Axel Springer AG von H&F zu erwerben. Auf dieses Recht hat die Axel Springer AG in Bezug auf 62.300 Aktien durch Vereinbarung mit H&F vom 30. Juni 2009 verzichtet. Im Gegenzug erhielt die Axel Springer AG einen Barausgleich. Nach Abschluss dieser Vereinbarung bestanden noch 498.400 Call-Optionen, deren Ausübbarkeit davon abhängig war, dass Vorstandsmitglieder Optionen im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms ausgeübt haben.

Die berechtigten Mitglieder des Vorstands haben auf die Ausübung von 214.312 Optionen im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms gegen Zusage einer Abgeltungszahlung von € 12,00 je Option verzichtet (siehe dazu die Darstellung zum Managementbeteiligungsprogramm unter Ziffer (13f). Parallel dazu wurde im Hinblick auf 214.312 Call-Optionen am 17./18. Dezember 2009 eine Vereinbarung mit H&F getroffen. Danach ist die Axel Springer AG im Hinblick auf die genannten 214.312 Call-Optionen zur Ausübung gegenüber H&F unabhängig davon berechtigt, dass die berechtigten Vorstandsmitglieder auf die Optionen im Rahmen des Managementbeteiligungsprogramms verzichtet haben. Die Ausübung dieser 214.312 Optionen ist nur im Juni 2010 möglich. Jedoch verfallen diese Call-Optionen, wenn und soweit H&F ihrerseits Aktien der Axel Springer AG veräußert und dafür einen Barausgleich an Axel Springer leistet. Im Übrigen, d.h. für 284.088 Call-Optionen besteht das Recht zur Ausübung nach der ursprünglichen H&F-Vereinbarung vom 8. April 2004 fort.

Sofern H&F im Falle der Ausübung von Call-Optionen durch die Axel Springer AG nicht mehr über eine ausreichende Anzahl von Aktien der Axel Springer AG zur Erfüllung bestehender Call-Optionen verfügt, steht der Axel Springer AG eine Ausgleichszahlung zu, deren Höhe im Wesentlichen der Differenz des durch H&F erzielten Veräußerungspreises abzüglich des Ausübungspreises der Call-Optionen entspricht.

Die Call-Optionen werden als finanzielle Vermögenswerte am jeweiligen Stichtag zum Zeitwert unter Nutzung eines Optionspreismodells bilanziert. Zum Zeitpunkt der Gewährung betrug der Zeitwert der Optionen TEUR 19.800. Aufgrund der Charakterisierung der Optionsgewährung durch H&F als Gesellschaftertransaktion wurde in Höhe des Zeitwertes eine entsprechende Erhöhung der Kapitalrücklage erfasst. Die Veränderung des Zeitwertes seit dem Zeitpunkt der Gewährung wurde ergebniswirksam im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen. Der Anstieg im abgelaufenen Geschäftsjahr resultierte im Wesentlichen aus dem höheren zugrunde liegenden Börsenkurs.

Sofern im Rahmen des Insolvenzverfahrens gegen die KirchMedia GmbH & Co. KGaA i.L. Abschlagszahlungen für geltend gemachte Forderungen angekündigt werden, lösen wir Wertberichtigungen auf Forderungen entsprechend auf. Die durch den Insolvenzverwalter zur Tabelle anerkannten Forderungen betragen ursprünglich TEUR 325.000. Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr konkretisierte Ansprüche in Höhe von TEUR 1.411 erfasst.

In den übrigen Vermögenswerten sind u. a. Darlehen, Forderungen gegen sonstige Teilnehmungsunternehmen und Kautionen enthalten.

(12) Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten

Aufgrund einer geplanten Veräußerung von 5,1 % der Anteile an der Doğan TV Holding A.S., Istanbul/Türkei (DTV), erfolgte im vierten Quartal 2008 eine Klassifizierung der Beteiligung an DTV als zur Veräußerung gehaltener Vermögenswert (TEUR 352.016). Der im November 2008 geschlossene Vertrag wurde jedoch nicht vollzogen, sondern durch eine neue Vereinbarung im November 2009 ersetzt. Die neue Vereinbarung sieht vor, dass durch Kapitalerhöhungen der von Axel Springer gehaltene Anteil an DTV auf 19,9 % reduziert wird. Bei Nichtvollzug der Kapitalerhöhungen besteht ein Anspruch auf Verkauf von 5,1 % der Anteile zum ursprünglichen Kaufpreis nebst Verzinsung. Nach Vollzug der Anteilsreduzierung wird die verbleibende Beteiligung an DTV unter den sonstigen Finanzanlagen ausgewiesen. Die Beteiligung ist dem Segment Digitale Medien zugeordnet. In Zusammenhang mit dieser Beteiligung kumulierte im Eigenkapital erfasste Aufwendungen betragen TEUR 16.710.

Eine erste Kapitalerhöhung wurde im Januar 2010 vollzogen, so dass sich unser Anteil an DTV zunächst auf 22,1 % reduziert hat.

Bei der Ermittlung des erzielbaren Betrags im Rahmen der Prüfung auf Wertminderung unserer Beteiligung an DTV haben wir neben geschätzten zukünftigen Cashflows eine Reihe von vertraglich vereinbarten Wertsicherungsmechanismen berücksichtigt. Darüber hinaus haben wir zur Beurteilung der Werthaltigkeit unserer Beteiligung auf Basis externer Expertisen eine Einschätzung über die Erfolgsaussichten der von DTV eingereichten Klagen gegen erhobene Steuerforderungen und -strafen getroffen. Danach ergab sich zum 31. Dezember 2009 kein Wertberichtigungsbedarf.

Im Vorjahr waren die Beteiligungsansätze einer Reihe von Regionalzeitungsbeteiligungen als „zur Veräußerung gehalten“ klassifiziert (TEUR 122.527). Der Verkauf dieser dem Segment Zeitungen National zugewiesenen Beteiligungen wurde im Geschäftsjahr 2009 mit Ausnahme der Beteiligung am Westfalenblatt vollzogen (vgl. Ziffer (2c)). Die Veräußerung unserer Beteiligung am Westfalenblatt (TEUR 6.190) wurde im Januar 2010 vollzogen.

(13) Eigenkapital

Die Bestandteile und Veränderungen des Konzerneigenkapitals sind in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

(a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital von € 98.940.000 ist voll eingezahlt und entspricht einem rechnerischen Anteil am gezeichneten Kapital von € 3,00 je Aktie. Es ist in 32.980.000 auf den Namen lautende Stückaktien eingeteilt, die nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragen werden können.

Zum Bilanzstichtag waren 29.800.216 Aktien im Umlauf (Vj.: 29.682.659). Während des Berichtsjahres wurden 117.557 eigene Anteile ausgegeben (vgl. Ziffer (13d)).

(b) Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage resultierte überwiegend aus einer Gesellschaftereinlage in Form gewährter finanzieller Vermögenswerte (H&F-Call-Option; vgl. Ziffer (11)). Außerdem wurde der Gegenwert des rechnerischen Personalaufwands aus aktienbasierten Vergütungsprogrammen erfasst (vgl. Ziffer (13f)).

(c) Erwirtschaftetes Eigenkapital

Das erwirtschaftete Eigenkapital umfasst neben dem Ergebnis der laufenden Periode die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, soweit sie nicht ausgeschüttet wurden. Im Berichtsjahr hat die Axel Springer AG für das Geschäftsjahr 2008 TEUR 130.604 (€ 4,40 je dividendenberechtigte Stückaktie) ausgeschüttet.

Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen aus Gesellschaftertransaktionen werden direkt im erwirtschafteten Eigenkapital erfasst. Aus Erwerben von Minderheitenanteilen im Berichtsjahr resultierten Eigenkapitalminderungen von TEUR 38.506.

(d) Eigene Anteile

Die Axel Springer AG hat im Berichtsjahr im Rahmen der aktienbasierten Vergütungsprogramme des Vorstands sowie der Mitarbeiter 117.557 eigene Anteile ausgegeben (vgl. Ziffer (13f)). Der Bestand eigener Aktien betrug danach 3.179.784 Stück, entsprechend 9,6 % des Grundkapitals.

(e) Kumuliertes übriges Eigenkapital

Das sonstige Eigenkapital innerhalb des kumulierten übrigen Eigenkapitals enthielt insbesondere erfolgsneutrale Veränderungen bei Unternehmen, die nach der Equity-Methode einbezogen werden.

(f) Aktienbasierte Vergütung

Die Hauptversammlung der Axel Springer AG hat am 14. April 2004 ein Managementbeteiligungsprogramm beschlossen, das die Mitglieder des Vorstands der Axel Springer AG zum Erwerb von Aktien der Axel Springer AG berechtigt. Im Rahmen dieses Programms wurden 62.300 Aktien ab dem 1. Juli 2004 zum Erwerb angeboten. Der Vorstand hat die Aktien im August 2004 zu einem Kaufpreis von € 54,00 (zuzüglich 2 % Zinsen ab dem 1. Juli 2004) erworben. Diese Aktien unterlagen ursprünglich einer mehrjährigen Haltefrist, die für 50 % der erworbenen Aktien am 18. Dezember 2007 und für 50 % der erworbenen Aktien am 18. Dezember 2008 abgelaufen ist.

Für jede der 62.300 erworbenen Aktien wurden den Mitgliedern des Vorstands acht weitere Optionen auf den Erwerb von Aktien der Axel Springer AG gewährt. Diese Optionen berechtigten somit zum Erwerb von ursprünglich insgesamt bis zu 498.400 Aktien zu einem Preis von € 54,00 zuzüglich 2 % Zinsen ab dem 1. Juli 2004. Die Anzahl der ausübaren Optionen war abhängig vom Erreichen oder Überschreiten bestimmter EBITA-Grenzen in den Geschäftsjahren 2005 und 2006. Diese Grenzen wurden überschritten. Die Optionswartezeit endete für die ersten 50 % der Optionen am 18. Dezember 2007, für die zweiten 50 % der Optionen am 18. Dezember 2008.

Im Jahr 2009 wurden insgesamt 34.888 Optionen zu einem gewichteten durchschnittlichen Ausübungspreis von € 59,67 ausgeübt. Der gewichtete durchschnittliche Börsenkurs zu den Ausübungszeitpunkten betrug € 70,13. Am 17. Dezember 2009 haben die berechtigten Vorstandsmitglieder den Verzicht auf die Ausübung von 214.312 Optionen erklärt und im Gegenzug die Zusage einer Abgeltungszahlung von € 12,00 je Option erhalten. Am 17. Dezember 2009 betrug der Börsenkurs der Aktie der Axel Springer AG € 75,96 (Schlusskurs XETRA) und der rechnerische Ausübungspreis der Optionen € 59,90. Die Abgeltungszahlung erfolgte im Januar 2010. Am 31. Dezember 2009 waren damit noch 249.200 Optionen ausstehend. Der Ausübungszeitraum dieser Optionen endet am 20. Dezember 2010. Der im Jahr 2009 erfasste Aufwand aus dem Managementbeteiligungsprogramm betrug TEUR 0 (Vj.: TEUR 406).

Zum 1. Juli 2009 wurden 375.000 virtuelle Aktienoptionen an die Mitglieder des Vorstands ausgegeben. Die virtuellen Optionsrechte bestehen bis zum 30. Juni 2015 und können frühestens ab 1. Juli 2013 ausgeübt werden. Besteht der Vorstandsdienstvertrag bzw. die Bestellung zum Vorstand mindestens bis zum 30. Juni 2013, können alle dem Vorstandsmitglied gewährten virtuellen Aktienoptionen unverfallbar werden. Scheidet ein Vorstandsmitglied nach dem 30. Juni 2010, aber vor dem 1. Juli 2013 aus, werden die gewährten virtuellen Aktienoptionen pro rata temporis im Verhältnis zur vierjährigen Wartezeit unverfallbar. Weitere Voraussetzung für den

Eintritt der Unverfallbarkeit ist, dass innerhalb des Zeitraums vom 1. Juli 2012 bis 30. Juni 2013 während eines Zeitraums von 90 zusammenhängenden Kalendertagen entweder der Kurs der Axel Springer Aktie um mindestens 30 % über dem Basiswert von € 60,86 liegt, oder der Prozentsatz, um den der Kurs der Axel Springer Aktie durchschnittlich über dem Basiswert liegt, die durchschnittliche prozentuale Kursentwicklung des DAX übersteigt. Die Ausübung der Optionsrechte ist nur möglich, wenn der durchschnittliche Aktienkurs der Axel Springer AG in den 90 Kalendertagen vor Ausübung mindestens 30 % über dem Basiswert liegt und die prozentuale Kurssteigerung der Axel Springer Aktie die Entwicklung des DAX-Kursindex im entsprechenden Zeitraum übertrifft. Jedes Optionsrecht gewährt einen auf maximal € 121,72 begrenzten Zahlungsanspruch in Höhe des Wertzuwachses der Axel Springer Aktie; dieser entspricht der Differenz zwischen dem volumengewichteten Durchschnittskurs während der letzten 90 Kalendertage vor Ausübung und dem Basiswert. Die Vorstandsmitglieder sind verpflichtet, für je zehn Optionsrechte eine Aktie der Axel Springer AG als Eigeninvestment zu halten. Eine Verfügung über diese Aktien vor Ausübung der Optionen führt zu einem Verfall der Optionsrechte im Verhältnis einer Aktie zu je zehn Optionsrechten. Der Wert der virtuellen Aktienoptionen zum Gewährungszeitpunkt wurde auf Basis eines Black-Scholes-Modells in einer Monte-Carlo-Simulation mit € 12,65 (TEUR 4.743 für alle Optionsrechte) ermittelt. Der Gesamtwert wird über den Erdienungszeitraum in den langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen und im Personalaufwand erfasst. Im Berichtszeitraum 2009 wurden TEUR 1.460 als Personalaufwand erfasst. Die Verbindlichkeit betrug zum 31. Dezember 2009 TEUR 1.460.

Im Mai 2009 wurden im Rahmen eines Gratisaktien- und Aktienbeteiligungsprogramms 82.669 eigene Anteile in Form von Gratisaktien bzw. durch Wandlung von Bonusansprüchen der Mitarbeiter des Konzerns zu deren Zeitwert zum Ausgabezeitpunkt in Höhe von € 71,51 bzw. € 69,15 ausgegeben. Für beide Programme entstand im Berichtsjahr Personalaufwand in Höhe von € 3,6 Mio.

StepStone ASA hatte vor Erwerb durch Axel Springer am 2. September 2009 an Mitarbeiter und die Unternehmensleitung Aktienoptionen auf Aktien der StepStone ASA gewährt. Aufgrund des Erwerbs aller Aktien von StepStone ASA durch Axel Springer, verbunden mit einer im Dezember 2009 eingeleiteten Deregistrierung der Aktien von StepStone ASA, wurden bestehende Aktienoptionen bis Ende Januar 2010 zurückgekauft. Am Bilanzstichtag bestanden noch 6.113.807 Optionen mit einem gewichteten durchschnittlichen Ausübungspreis von € 0,78. Der im Konzernabschluss der Axel Springer AG erfasste Personalaufwand betrug TEUR 2.417.

auFeminin.com S.A., Paris/Frankreich, hat ihren leitenden Mitarbeitern Bezugsrechte für Gratisaktien sowie Aktienoptionen gewährt. Die Vergütungen sind mit Aktien der auFeminin.com S.A. zu erfüllen.

Die im April 2008 gewährten 53.000 Rechte auf Bezug von Gratisaktien werden, wie die zum Erwerbszeitpunkt der auFeminin.com S.A. im Juli 2007 bereits gewährten 37.000 Rechte auf Bezug von Gratisaktien, nach Ablauf von zwei Jahren und bei Erreichen festgelegter operativer Ziele (insbesondere EBIT- bzw. Umsatzziele) sowie teilweise auch Marktziele (Zielgruppenerreichungsquoten) an die Teilnehmer übertragen, sofern diese weiterhin im Unternehmen beschäftigt sind und die Bezugsrechte zwischenzeitlich nicht verfallen sind. Die Haltefrist nach Übertragung der Aktien beträgt weitere zwei Jahre.

Die mit dem Optionsplan April 2008 gewährten 99.000 Aktienoptionen auf Erwerb von jeweils einer Aktie der auFeminin.com S.A. werden, wie die zum Zeitpunkt des Erwerbs der auFeminin.com S.A. im Juli 2007 bereits vorhandenen 74.000 Optionsrechte (gewichteter durchschnittlicher Bezugspreis von € 18,95), über einen Zeitraum von vier Jahren in jeweils gleichen Jahresraten unverfallbar. Die Optionsgewährung ist von keinen weiteren Ergebnis- oder Marktbedingungen abhängig. Nach Ablauf des vierten Jahres nach Gewährung der Optionen sind diese erstmalig und dann für insgesamt vier Jahre ausübbar. Die Optionen berechtigen zum Erwerb von bis zu 99.000 Aktien zu einem Bezugspreis von € 20,46.

Im Juni 2009 wurden 300.000 Optionen auf den Erwerb von jeweils einer Aktie der auFeminin.com S.A. mit einem Bezugspreis von € 8,94 an leitende Angestellte ausgegeben. Diese werden mit Ablauf des ersten (50%) bzw. zweiten Jahres (50%) nach dem Gewährungszeitpunkt unverfallbar, sofern das für die jeweilige Tranche festgelegte Ergebnisziel (EBITDA 2009 bzw. EBITDA 2010) erreicht wurde. Die Optionen sind nach Eintritt der Unverfallbarkeit für insgesamt fünf (50%) bzw. vier (50%) Jahre ausübbar.

Die Zeitwerte der im Berichtsjahr sowie im Vorjahr gewährten Optionen wurden auf Grundlage des Black-Scholes-Modells zum Gewährungszeitpunkt berechnet. Dabei wurden die folgenden Parameter verwendet:

	Optionen Juni 2009	Optionen April 2008
Aktienkurs in €	9,00	13,50
Ausübungspreis in €	8,94	20,46
Zinssatz risikoloser Anlagen in %	0,96 bzw. 1,62	3,74
Erwartete Laufzeit in Jahren	1 bzw. 2	4
Erwartete Volatilität in %	40,00	25,00
Erwartete Dividendenrendite in %	0,00	0,00
Zeitwert zum Gewährungszeitpunkt in €	1,49 bzw. 2,14	1,43

In 2009 sind weder Optionen noch Rechte auf Bezug von Gratisaktien verfallen. Im Vorjahr sind ebenfalls keine Optionen, jedoch 40.000 Rechte auf Bezug von Gratisaktien verfallen. Zum Bilanzstichtag waren insgesamt 473.000 Aktienoptionen mit einem gewichteten durchschnittlichen Bezugspreis von € 12,92 sowie 50.000 Rechte auf Bezug von Gratisaktien ausgegeben. Keine dieser Optionen war zum Bilanzstichtag ausübbar.

Der Vergütungsaufwand für die aktienbasierten Vergütungen der auFeminin.com S.A. belief sich im Geschäftsjahr 2009 auf TEUR 466 (Vj.: TEUR 617). In korrespondierender Höhe wurde die Kapitalrücklage erhöht.

(g) Anteile anderer Gesellschafter

Die Anteile anderer Gesellschafter entfielen im Wesentlichen auf die folgenden Unternehmen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
ZANOX-Gruppe	17.469	17.472
auFeminin-Gruppe	11.639	11.102
Digital Window	7.673	0
wallstreet:online	4.258	5.686
Zweckgesellschaften	5.905	3.399
Sonstige Gesellschaften	4.698	4.909
Anteile anderer Gesellschafter	51.642	42.568

(14) Pensionsverpflichtungen

Rückstellungen für Pensionen wurden für Verpflichtungen aus Anwartschaften und laufenden Leistungen an ehemalige und aktive Mitarbeiter des Axel Springer Konzerns sowie für deren Hinterbliebene gebildet. Im Konzern existieren unterschiedliche Pensionspläne, deren Ausgestaltung sich nach den rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten der jeweiligen Länder richtet. Die Rückstellung für leistungsorientierte Pläne entspricht dem Barwert der Verpflichtungen am Bilanzstichtag abzüglich des Zeitwerts des Planvermögens.

Aus beitragsorientierten Altersversorgungssystemen zahlt der Konzern im Wesentlichen aufgrund gesetzlicher Bestimmungen an staatliche Rentenversicherungsträger. Die laufenden Beitragszahlungen werden als soziale Abgaben im Personalaufwand ausgewiesen (vgl. Ziffer (23), im Jahr 2009 TEUR 39.804 (Vj.: TEUR 39.208)).

Für die leistungsorientierten Versorgungssysteme entstanden 2009 Aufwendungen in Höhe von TEUR 22.958 (Vj.: TEUR 22.077), die sich wie folgt zusammensetzen:

TEUR	2009	2008
Laufender Dienstzeitaufwand	7.089	7.461
Zinsaufwand	21.361	20.123
Arbeitnehmerbeiträge	-1.400	-1.381
Erwartete Erträge aus Planvermögen	-2.433	-2.508
Erwartete Erträge aus Zinserstattungen	-1.658	-1.618
Pensionsaufwand	22.958	22.077
Tatsächliche Erträge aus Planvermögen	1.960	1.574
Tatsächliche Erträge aus dem Erstattungsanspruch	2.244	1.618

Dienstzeitaufwand und Arbeitnehmerbeiträge werden im Personalaufwand erfasst. Die in den Pensionsaufwendungen enthaltenen Zinsanteile sowie erwartete Erträge aus Planvermögen werden als Bestandteile der Zinsaufwendungen bzw. -erträge ausgewiesen.

Die Rückstellung ermittelte sich wie folgt:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008*
Barwert der fondsfinanzierten Verpflichtungen	80.212	83.586
Zeitwert des Planvermögens	-72.066	-76.184
Vermögen aus der Überdeckung	0	445
Barwert der rückstellungsfinanzierten Pensionsverpflichtungen	351.324	336.122
Rückstellung	359.471	343.969
Erstattungsansprüche	-29.464	-29.754
Nettoverpflichtung	330.007	314.215

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Zum Bilanzstichtag waren versicherungsmathematische Gewinne vor Berücksichtigung von Steuereffekten in Höhe von TEUR 2.379 (Vj.: TEUR 11.003) im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst.

Im Geschäftsjahr 2005 wurde im Rahmen der Einbringung der Tiefdruckaktivitäten in die PRINOVIS Ltd. & Co. KG, Hamburg, auch eine Übertragung der diesem Unternehmensbereich zuzurechnenden Pensionsverpflichtungen vereinbart. Die für eine wirksame Übertragung notwendige Handelsregistereintragung ist bis zum Bilanzstichtag für laufende Pensionsverpflichtungen und unverfallbare Anwartschaften ehemaliger Mitarbeiter noch nicht erfolgt. Der Axel Springer AG steht aufgrund der vertraglichen Regelungen ein Erstattungsanspruch aus diesen Pensionsverpflichtungen bzw. der in diesem Zusammenhang entstehenden Pensionsaufwendungen zu. Der Ausweis des Erstattungsanspruchs erfolgt als gesonderter Vermögenswert (vgl. Ziffer (10)), während in der Gewinn- und Verlustrechnung die Erträge aus der Erstattung mit den korrespondierenden Pensionsaufwendungen saldiert werden. Der Wert dieser Rückstellung betrug im Berichtsjahr TEUR 29.464 (Vj.: TEUR 29.754). Die Veränderung des Erstattungsanspruchs im Berichtsjahr war auf Aufzinsungseffekte der korrespondierenden Pensionsrückstellungen von TEUR 1.658 (Vj.: TEUR 1.618), versicherungsmathematische Gewinne von TEUR 586 (Vj.: TEUR 0) sowie Erstattungszahlungen für geleistete Pensionen von TEUR 2.534 (Vj.: TEUR 2.548) zurückzuführen.

Der Zeitwert des Planvermögens entwickelte sich folgendermaßen:

TEUR	2009	2008
Planvermögen zum 1. Januar	76.184	66.106
Erwartete Erträge aus Planvermögen	2.433	2.508
Arbeitnehmerbeiträge	1.400	1.381
Arbeitgeberbeitrag	1.684	1.230
Gezahlte Leistungen	-9.107	-1.565
Versicherungsmathematische Verluste	-473	-935
Wechselkursänderungen	-56	7.458
Planvermögen zum 31. Dezember	72.066	76.184

Das Planvermögen bestand fast ausschließlich aus Ansprüchen gegenüber einer Versicherungsgesellschaft. Die Anlage des Planvermögens erfolgt auf Basis spezifischer gesetzlicher Vorgaben, die in Einklang mit der von uns verfolgten Anlagestrategie stehen. Die langfristig erwartete Rendite des Planvermögens wird aus den erwarteten Renditen der in den Portfolios enthaltenen Vermögensklassen abgeleitet und basiert auf einer auf Wertsicherung ausgerichteten Anlagestrategie überwiegend in Anleihen von Emittenten hoher Bonität sowie Immobilien. Die Struktur des Portfolios für das Planvermögen gestaltete sich wie folgt:

	Ziel-Portfoliostruktur	Ist-Portfoliostruktur	
	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
Anleihen	71,5 %	73,3 %	73,4 %
Aktien	3,0 %	2,2 %	1,0 %
Immobilien	19,0 %	18,9 %	19,0 %
Sonstige	6,5 %	5,6 %	6,6 %
Summe	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Die Entwicklung des Barwerts der rückstellungs- und fondsfinanzierten Pensionsverpflichtungen ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

TEUR	2009	2008
Verpflichtung zum 1. Januar	419.708	407.649
Laufender Dienstaufwand	7.089	7.461
Zinsaufwand	21.361	20.123
Versicherungsmathematische Verluste (Vj.: Gewinne)	8.746	-6.512
Einzahlungen Mitarbeiter	3.109	3.146
Übertragung von Pensionsverpflichtungen	-260	0
Wechselkursänderung	-46	8.143
Zahlungen an Pensionäre	-28.170	-20.301
Verpflichtung zum 31. Dezember	431.537	419.708

TEUR 2.534 (Vj.: TEUR 2.548) der angegebenen Pensionszahlungen betrafen die noch nicht an PRINOVIS Ltd. & Co. KG, Hamburg, übergebenen Pensionsverpflichtungen, die Gegenstand des Erstattungsanspruchs sind.

Wir rechnen für das Geschäftsjahr 2010 mit Beiträgen zu fondsfinanzierten Pensionsplänen in Höhe von insgesamt TEUR 1.938.

Die Beträge der laufenden und der vorangegangenen vier Berichtsperioden für die Barwerte der Verpflichtungen, den Zeitwert des Planvermögens sowie die erfahrungsbedingten Anpassungen des Planvermögens bzw. der Planschulden stellten sich wie folgt dar:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005
Barwert der fondsfinanzierten Verpflichtungen	80.212	83.586	71.404	-	-
Zeitwert des Planvermögens	72.066	76.184	66.106	-	-
Barwert der rückerstattungsfinanzierten Pensionsverpflichtungen	351.324	336.122	336.245	362.502	370.151
Erfahrungsbedingte Anpassungen der Planschulden	-3.858	2.820	1.848	2.926	-
Erfahrungsbedingte Anpassungen des Planvermögens	-480	16	9	-	-

(15) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	Stand 01.01.2009	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Andere Ver- änderungen	Stand 31.12.2009
Strukturmaßnahmen	15.696	14.874	822	52.954	-2	52.952
Sonstige Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern	36.686	35.415	1.271	42.622	122	42.744
Altersteilzeit	36.407	13.194	869	10.031	2.987	35.362
Remission	31.157	27.915	3.242	24.990	2.630	27.620
Prozesskosten	12.164	8.044	4.120	8.555	19	8.574
Rabatte und Boni	6.596	5.863	733	5.490	-29	5.461
Rückbauverpflichtungen	4.036	118	357	1.499	339	5.399
Sonstige Steuern	2.396	2.394	2	4.169	-25	4.144
Übrige	24.566	15.972	1.551	10.845	416	18.304
Sonstige Rückstellungen	169.704	123.789	12.967	161.155	6.457	200.560

Sonstige Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern betreffen insbesondere leistungsabhängige Vergütungen und Treuegeldzuwendungen. Rückstellungen für Strukturmaßnahmen enthielten vor allem Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen unterschiedlicher Konzernbereiche. In den übrigen Rückstellungen sind unter anderem Drohverluste aus Mietverträgen, Zinsen aus

Betriebsprüfungen sowie Abgaben und Aufbewahrungspflichten enthalten. Die anderen Veränderungen resultieren primär aus Währungsumrechnungsdifferenzen sowie Aufzinsungen.

Langfristige Rückstellungsbeträge sind vor allem in den Rückstellungen für Altersteilzeit, Rückbauverpflichtungen und Strukturmaßnahmen enthalten.

(16) Finanzverbindlichkeiten

Die Finanzverbindlichkeiten bestanden ausschließlich aus Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und waren durch die folgenden Inanspruchnahmen, Zinssätze und Fälligkeiten gekennzeichnet. Es handelt sich ausschließlich um Verbindlichkeiten in Euro. Kurzfristige Kredite sind in der Tabelle nicht aufgeführt.

2009 TEUR	2008 TEUR	Zinssatz in %	Fälligkeit
305.000	430.000	3-Monats-EURIBOR + 0,15	14.08.2013
34.988	37.320	5,64	31.10.2012
17.043	18.376	4,63	31.07.2011
13.233	15.242	5,65	30.06.2012
11.034	11.649	5,09	30.11.2013
6.231	6.711	3-Monats-EURIBOR + 0,30	15.10.2022
0	1.500	3,99	31.03.2009

Die Zinssätze entsprachen im Wesentlichen den Effektivzinssätzen und sind bei den Darlehen mit festem Zinssatz bis zum Fälligkeitstermin festgeschrieben.

Des Weiteren bestanden am Bilanzstichtag weitere offene kurz- sowie langfristige Kreditlinien in Höhe von insgesamt € 1.220 Mio. (Vj.: € 1.095 Mio.).

(17) Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	9.051	9.036
Verbindlichkeiten gegenüber sonstigen nahe stehenden Personen und Unternehmen	17.297	15.482
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	26.348	24.518

(18) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten gliederten sich wie folgt:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Abonnentenvorauszahlungen	73.952	64.871
Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben	50.085	54.373
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	36.011	26.171
Erhaltene Vorauszahlungen	23.320	30.313
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	22.414	27.649
Verbindlichkeiten aus Derivaten	21.769	15.236
Kreditorische Debitoren	19.827	10.718
Investitionszuschüsse	17.221	18.932
Verbindlichkeiten für Abgaben und Beiträge	6.107	4.373
Verbindlichkeiten gegenüber Sozialversicherungsträgern	3.353	2.789
Übrige	57.646	25.630
Sonstige Verbindlichkeiten	331.704	281.055

Bei den Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben handelte es sich um bedingte Verbindlichkeiten aus im Rahmen von Unternehmenserwerben sowie Anteilsaufstockungen eingegangenen Put-Optionen sowie um Verpflichtungen aus Earn-out-Vereinbarungen. Die Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern betrafen ausstehende Lohn- und Gehaltszahlungen, Tantieme- und Abfindungsansprüche sowie Verpflichtungen aus geleisteter Mehrarbeit und noch nicht genommenen Urlaubstagen.

Der Anstieg der übrigen sonstigen Verbindlichkeiten beruhte hauptsächlich auf der erstmaligen Einbeziehung erworbener Unternehmen.

(19) Analyse der Fälligkeit finanzieller Verbindlichkeiten

Wir überwachen laufend mittels einer konzernweiten Liquiditätsplanung die Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln zur Finanzierung der operativen Geschäftstätigkeit sowie zur Durchführung von Akquisitionen im Beteiligungsbereich. Insbesondere die Bereitstellung finanzieller Mittel durch eine gewährte Kreditlinie führte zu einer hohen finanziellen Flexibilität des Axel Springer Konzerns.

Nachfolgend sind die vertraglich vereinbarten (undiskontierten) Mittelabflüsse im Zusammenhang mit finanziellen Verbindlichkeiten dargestellt:

TEUR	Undiskontierte Mittelabflüsse			
	Buchwert 31.12.2009	2010	2011 – 2014	2015 ff.
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	390.281	16.611	401.771	3.948
Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Minderheitsanteilen	43.470	3.585	43.580	0
Sonstige nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	290.715	283.364	1.826	5.525
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten mit Sicherungsbeziehung	21.769	6.660	14.952	157

TEUR	Undiskontierte Mittelabflüsse			
	Buchwert 31.12.2008	2009	2010 – 2013	2014 ff.
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	524.028	32.348	575.835	4.692
Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Minderheitsanteilen	29.886	3.734	29.145	
Sonstige nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	254.063	247.596	1.890	4.577
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten mit Sicherungsbeziehung	15.236	3.628	11.370	238

Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

(20) Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009	2008
Vertriebserlöse	1.176.239	1.215.748
Werbeerlöse	1.138.501	1.248.074
Druckereierlöse	42.892	46.545
Übrige Erlöse	253.959	218.171
Umsatzerlöse	2.611.591	2.728.538

Im Geschäftsjahr ergaben sich Umsatzerlöse aus Tauschgeschäften in Höhe von TEUR 36.922 (Vj.: TEUR 33.352). Diese betrafen vor allem den Tausch von Werbeleistungen.

(21) Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge gliederten sich wie folgt:

TEUR	2009	2008
Erträge aus Abgängen von Vermögenswerten des Anlagevermögens	9.086	885
Erträge aus Leistungsverrechnungen mit nahe stehenden Personen und Unternehmen	8.466	9.198
Erträge aus Kirch-Insolvenz	7.586	6.175
Währungskursgewinne	5.829	1.752
Übrige betriebliche Erträge	39.687	67.511
Sonstige betriebliche Erträge	70.654	85.521

Zu den Erträgen aus der Kirch-Insolvenz siehe Ziffer (11).

Neben einer Wertaufholung von in Vorjahren erfassten außerplanmäßigen Abschreibungen auf als Finanzinvestition gehaltene Immobilien in Höhe von TEUR 5.500 (Vj.: TEUR 142) enthielten die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge eine Vielzahl von betragsmäßig unwesentlichen Sachverhalten.

(22) Materialaufwand

Der Materialaufwand unterteilte sich wie folgt:

TEUR	2009	2008
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	282.697	314.112
Aufwendungen für bezogene Leistungen	603.748	631.261
Materialaufwand	886.445	945.374

Die Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren betrafen in Höhe von TEUR 196.125 (Vj.: TEUR 223.872) Aufwendungen für Papier.

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen entfielen überwiegend auf die Inanspruchnahme von Fremddruck- und Honorarleistungen sowie Leistungen von Publishern. Die Fremddruckleistungen enthielten auch Papierkosten.

(23) Personalaufwand

Der Personalaufwand setzte sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009	2008
Löhne und Gehälter	691.009	626.035
Soziale Abgaben	83.859	82.430
Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen	4.307	1.023
Aufwendungen für Altersversorgung	7.609	8.412
Sonstige soziale Aufwendungen	5.159	4.557
Personalaufwand	791.943	722.457

Im Konzern waren durchschnittlich beschäftigt:

	2009	2008
Angestellte	6.436	6.112
Redakteure	3.378	3.566
Gewerbliche Mitarbeiter	927	988
Anzahl der Mitarbeiter	10.740	10.666

Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultierte aus der erstmaligen Einbeziehung erworbener Unternehmen.

(24) Abschreibungen

Die Abschreibungen teilten sich wie folgt auf:

TEUR	2009	2008
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	0	2.107
Planmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	38.217	31.096
Außerplanmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	1.651	28.731
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	51.387	49.492
Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	379	7
Planmäßige Abschreibungen auf als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	716	656
Abschreibungen	92.350	112.088

Der Anstieg der planmäßigen Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte war im Wesentlichen auf zusätzliche Abschreibungen infolge des erstmaligen Einbezugs erworbener Unternehmen im Berichtsjahr zurückzuführen.

Außerplanmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte und sonstige immaterielle Vermögenswerte im Vorjahr betrafen im Wesentlichen das Segment Zeitschriften National.

Abschreibungen auf Finanzanlagen sind Bestandteil des Beteiligungsergebnisses.

(25) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009	2008
Versand- und Portokosten	161.743	170.845
Werbekosten	151.183	152.864
Aufwendungen für Fremdpersonal	92.446	91.853
Provisionen und Vergütungen	75.897	83.630
Miet- und Leasingaufwendungen	34.105	33.410
Leistungen von nahe stehenden Personen und Unternehmen	31.843	29.663
Instandhaltung und Reparaturen	25.446	26.886
Reisekosten	18.540	20.127
Anpassung der Wertberichtigungen auf Forderungen	15.975	5.362
Sonstige Steuern	10.250	8.722
Währungskursverluste	6.868	4.465
Übrige Aufwendungen	80.811	69.508
Sonstige betriebliche Aufwendungen	705.107	697.335

Für Dienstleistungen der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young GmbH sind folgende Honorare erfasst worden:

TEUR	2009	2008
Abschlussprüfungen	786	627
Sonstige Bestätigungs- oder Bewertungsleistungen	188	130
Steuerberatungsleistungen	132	561
Sonstige Leistungen	692	220
Gesamthonorar	1.798	1.538

Die Honorare für Abschlussprüfungen umfassten die Prüfung der Jahresabschlüsse der Axel Springer AG und weiterer deutscher Tochterunternehmen sowie des Konzernabschlusses. Die sonstigen Bestätigungs- und Bewertungsleistungen umfassten die prüferische Durchsicht

der Quartalsfinanzberichte, des Halbjahresfinanzberichtes sowie die Prüfung bezüglich der Einhaltung bestimmter vertraglicher Vereinbarungen. Die Steuerberatungshonorare umfassten die Unterstützung bei steuerlichen Einzelfragen.

(26) Beteiligungsergebnis

Das Beteiligungsergebnis des Berichtsjahres beruhte insbesondere auf dem Gewinn aus der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen (TEUR 210.971) sowie den außerplanmäßigen Abschreibungen auf die Beteiligungsansätze von PRINOVIS (TEUR 16.024) und ZertifikateJournal (TEUR 4.474).

Im Vorjahr resultierte das Beteiligungsergebnis im Wesentlichen aus dem Gewinn aus der Veräußerung der Aktien der ProSiebenSat.1 Media AG in Höhe von TEUR 438.250 sowie der außerplanmäßigen Abschreibung des Beteiligungsansatzes von PRINOVIS.

(27) Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzte sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009	2008
Zinserträge aus Finanzderivaten	526	14.810
Zinserträge aus Bankguthaben	1.757	5.772
Zinserträge aus Ausleihungen und Wertpapieren	155	1.343
Übrige Zinserträge	10.817	11.453
Zinserträge	13.255	33.378
Zinsaufwendungen für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-12.075	-29.278
Zinsaufwendungen auf Pensionsrückstellungen abzüglich Erstattungen	-19.703	-18.505
Zinsaufwendungen aus Finanzderivaten	-8.464	-10.815
Übrige Zinsaufwendungen	-7.439	-8.136
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-47.681	-66.734
Sonstiges Finanzergebnis	9.446	-28.191
Finanzergebnis	-24.980	-61.547

Das sonstige Finanzergebnis des Geschäftsjahres enthielt in Höhe von TEUR 9.432 (Vj.: Aufwand in Höhe TEUR 27.806) Erträge aus der Wertänderung der H&F-Optionen, die insbesondere aus dem gestiegenen Aktienkurs resultierten.

Die Gesamtzinserträge und -aufwendungen für finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum Zeitwert bilanziert wurden, stellten sich wie folgt dar:

TEUR	2009	2008
Gesamtzinserträge	5.943	9.840
Gesamtzinsaufwendungen	-21.235	-32.427

(28) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag wurden die gezahlten oder geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuern erfasst. Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag setzten sich dabei aus Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag und den entsprechenden ausländischen Einkommen- bzw. Ertragsteuern zusammen. Der Aufwand für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag gliederte sich wie folgt auf:

TEUR	2009	2008
Laufende Steuern	99.700	120.249
Latente Steuern	-15.860	-3.062
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	83.840	117.187

Der sich bei Anwendung des Steuersatzes der Axel Springer AG ergebende Steueraufwand lässt sich zu den ausgewiesenen Steuern vom Einkommen und vom Ertrag wie folgt überleiten:

TEUR	2009	2008
Ergebnis vor Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	397.739	688.254
Steuersatz der Axel Springer AG	31,19 %	31,19 %
Erwarteter Steueraufwand	124.055	214.666
Abweichende Steuersätze	7.253	15.364
Permanente Differenzen	-5.576	33.586
Ansatzkorrekturen latenter Steueransprüche und -verbindlichkeiten	8.653	-3.838
Laufende Steuern vom Einkommen und vom Ertrag für Vorjahre	435	3.862
Latente Steuern vom Einkommen und vom Ertrag für Vorjahre	4.203	169
Nicht abziehbare Betriebsausgaben	8.490	11.359
Steuerfreie Erträge	-37.273	-160.191
Gewerbsteuerliche Hinzurechnungen/Kürzungen	-25.494	1.264
Sonstige Effekte	-906	947
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	83.840	117.187

Bei in Deutschland ansässigen Unternehmen in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft fällt Körperschaftsteuer in Höhe von 15 % sowie ein Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 % der geschuldeten Körperschaftsteuer an. Zusätzlich unterliegen diese Gesellschaften der Gewerbesteuer, deren Höhe sich in Abhängigkeit von gemeindespezifischen Hebesätzen bestimmt. Unternehmen in der Rechtsform der Personengesellschaft unterliegen ausschließlich der Gewerbesteuer. Das Ergebnis wird dem Gesellschafter für Zwecke der Körperschaftsteuer zugerechnet.

Die Auswirkungen abweichender Steuersätze für Personengesellschaften und für ausländische Steuern vom Einkommen und vom Ertrag vom Steuersatz der Axel Springer AG sind in der Überleitungsrechnung unter den steuersatzbedingten Abweichungen ausgewiesen. Die permanenten Differenzen ergaben sich im Wesentlichen aus Firmenwertabschreibungen, Entkonsolidierungsf-

fekten sowie Verlusten im Ausland, die steuerrechtlich nicht zu berücksichtigen sind. In den Ansatzkorrekturen latenter Steuern sind TEUR 8.262 (Vj.: TEUR 14.982) enthalten, die auf den Nichtansatz von latenten Steuern auf Verlustvorträge entfielen. Die steuerfreien Erträge in 2009 resultierten insbesondere aus der Veräußerung der Anteile an den Regionalzeitungsbeteiligungen, im Vorjahr aus der Veräußerung der Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG. Die gewerbsteuerlichen Kürzungen des abgelaufenen Geschäftsjahres resultierten überwiegend aus dem Verkauf von Anteilen an Personengesellschaften im Rahmen der Veräußerung der Regionalzeitungsbeteiligungen.

Die aktiven und passiven latenten Steuern ergaben sich aus den temporären Differenzen und steuerlichen Verlustvorträgen wie folgt:

TEUR	31.12.2009		31.12.2008	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern*	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte	13.742	84.409	16.767	62.597
Übrige Sachanlagen	105	124.913	102	126.145
Finanzanlagen	862	3.336	4.576	18.233
Vorräte	1.278	0	915	0
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	1.009	6.359	1.504	8.089
Pensionsrückstellungen	21.414	0	17.551	0
Sonstige Rückstellungen	6.901	623	5.611	203
Verbindlichkeiten	9.248	569	7.345	375
Temporäre Differenzen	54.559	220.209	54.371	215.642
Verlustvorträge	14.037	0	8.046	0
Gesamt	68.596	220.209	62.417	215.642
Saldierung	-52.323	-52.323	-49.385	-49.385
Bilanzansatz	16.273	167.886	13.032	166.257

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Der Saldo der latenten Steuerpositionen vom 1. Januar zum 31. Dezember 2009 lässt sich wie folgt überleiten:

TEUR	2009	2008*
Aktive latente Steuern zum 1. Januar	13.032	8.733
Passive latente Steuern zum 1. Januar	-166.257	-198.465
Netto-Steuerposition zum 1. Januar	-153.225	-189.732
Latenter Steueraufwand des Jahres	15.860	3.062
Erfolgsneutrale Veränderung der latenten Steuern	6.706	1.676
Zugang durch Erstkonsolidierung/Abgang durch Entkonsolidierung	-20.954	31.769
Netto-Steuerposition zum 31. Dezember	-151.613	-153.225
Aktive latente Steuern zum 31. Dezember	16.273	13.032
Passive latente Steuern zum 31. Dezember	-167.886	-166.257

*) Angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen.

Von den aktiven latenten Steuern können TEUR 4.602 (Vj.: TEUR 7.824), von den passiven latenten Steuern TEUR 2.767 (Vj.: TEUR 2.443) kurzfristig realisiert werden.

Der nach IAS 12.82 anzugebende Betrag der aktiven latenten Steuern betrug TEUR 14.771 (Vj.: TEUR 17.104) und kann voraussichtlich planmäßig durch entsprechende Gewinne aus dem laufenden Geschäft und aus Umstrukturierungen in Folgejahren realisiert werden.

Latente Steuern in Höhe von insgesamt TEUR 6.433 (Vj.: TEUR - 269; angepasst um Effekte aus der Umstellung der Bilanzierung der Pensionszusagen) wurden aufgrund von erfolgsneutral im Eigenkapital bilanzierten Sachverhalten auch erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Im Berichtsjahr wurden auf steuerliche Verlustvorträge für Körperschaftsteuerliche Zwecke in Höhe von TEUR 389.295 (Vj.: TEUR 109.849) und für gewerbesteuerliche Zwecke in Höhe von TEUR 39.875 (Vj.: TEUR 38.481) keine aktiven latenten Steuern bilanziert, da für diese Beträge die Generierung eines ausreichenden steuerlichen Einkommens in der näheren Zukunft

nicht wahrscheinlich ist. Von diesen Verlustvorträgen unterliegen TEUR 64.266 (Vj.: TEUR 41.833) einer zeitlich beschränkten Vortragsfähigkeit von bis zu fünf Jahren bzw. sechs bis zehn Jahren TEUR 9.718 (Vj.: TEUR 11.214). Die Realisierung bisher nicht aktivierter steuerlicher Verlustvorträge führte zu einer Minderung der laufenden Steuern vom Einkommen und Ertrag in Höhe von TEUR 95 (Vj.: TEUR 2.472). Aufgrund von Betriebsprüfungen bzw. abweichenden Steuerveranlagungen wurden aktivierte steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 280 (Vj.: TEUR - 6.750) korrigiert.

Auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem in der Konzern-Bilanz erfassten anteiligen Eigenkapital von Tochtergesellschaften und den korrespondierenden steuerbilanziellen Beteiligungsansätzen, z.B. durch Gewinnthesaurierung, sind grundsätzlich latente Steuern zu berechnen. Auf Unterschiedsbeträge in Höhe von TEUR 10.206 (Vj.: TEUR 13.276) sind passive latente Steuern nicht angesetzt worden, da eine Realisierung aus heutiger Sicht nicht geplant ist. Bei Veräußerung oder Ausschüttung würden der Veräußerungsgewinn bzw. die Dividende zu 5 % der Besteuerung in Deutschland unterliegen; ggf. würden zusätzlich ausländische Quellensteuern anfallen.

(29) Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie bestimmte sich wie folgt:

		2009	2008
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallender Anteil am Konzernüberschuss			
	TEUR	303.481	560.050
Gewichteter Durchschnitt der ausgegebenen Aktien	Tsd. Stück	29.748	30.141
Verwässerungseffekt bei Ausübung der Optionen	Tsd. Stück	33	63
Gewichteter Durchschnitt der Aktien verwässert	Tsd. Stück	29.781	30.204
Auf Aktionäre der Axel Springer AG entfallender Anteil am Konzernüberschuss je Aktie			
unverwässert	€	10,20	18,58
verwässert	€	10,19	18,54

(30) Sonstiges Ergebnis

Das sonstige Ergebnis setzte sich wie folgt zusammen:

TEUR	2009			2008		
	vor Steuern	Steuereffekt	Netto	vor Steuern	Steuereffekt	Netto
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus leistungsorientierten Plänen	-8.624	2.524	-6.100	5.554	-1.672	3.882
Veränderungen aus der Währungsumrechnung	1.655	0	1.655	10.339	0	10.339
Veränderungen der Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	6	0	6	-434.169	0	-434.169
Veränderungen der Zeitwerte von Derivaten in Cashflow Hedges	-6.524	2.021	-4.503	-15.402	4.068	-11.334
Veränderung der Neubewertungsrücklage	-3.086	0	-3.086	0	0	0
Sonstiges Ergebnis der nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-6.739	2.161	-4.578	-10.872	-1.446	-12.318
Sonstiges Ergebnis	-23.312	6.706	-16.606	-444.550	950	-443.600

Im Vorjahr wurden Veränderungen der Zeitwerte von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten in Höhe von TEUR 434.174 ergebniswirksam erfasst.

Erläuterungen zur Konzern-Kapitalflussrechnung

(31) Zusammensetzung des Finanzmittelfonds

Der Finanzmittelfonds setzte sich aus den folgenden Bestandteilen zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Flüssige Mittel	197.259	154.521
Wertpapiere mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten	0	8
Finanzmittelfonds	197.259	154.529

Aus dem in der Konzern-Kapitalflussrechnung ausgewiesenen Finanzmittelfonds unterlagen TEUR 3.464 (Vj.: TEUR 4.460) einer Verfügungsbeschränkung.

(32) Sonstige Angaben

Die sonstigen zahlungsunwirksamen Erträge und Aufwendungen resultierten insbesondere aus der Zeitwertbewertung von Finanzderivaten.

Anlagenzugänge in Höhe von TEUR 1.737 (Vj.: TEUR 584) waren noch nicht zahlungswirksam. Dies betraf überwiegend Sachanlagenzugänge. Erwerbe mit Kontrollverlust bzw. Veräußerungen mit Kontrollverlust von Unternehmen und Geschäften führten zu Netto-Auszahlungen in Höhe von TEUR 31.259 (Vj.: TEUR 12.932).

Zahlungsströme im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten wurden im Vorjahr in der Konzern-Kapitalflussrechnung ihren originären Posten zugeordnet.

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

(33) Grundlagen der Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung folgt den internen Management- und Berichterstattungsstrukturen. Wir haben den IFRS 8 „Geschäftssegmente“ bereits im Vorjahr vorzeitig angewendet.

Das Berichtsformat gliedert sich nach den operativen Geschäftsfeldern des Axel Springer Konzerns und umfasst die berichtspflichtigen Segmente Zeitungen National, Zeitschriften National, Print International, Digitale Medien und Services/Holding.

Eine Segmentierung von Verbindlichkeiten und Investitionen wurde nicht mehr vorgenommen, da diese Kennzahlen nicht als Steuerungsgrößen auf Segmentebene verwendet werden.

(a) Geschäftsfelder

Das Segment Zeitungen National umfasst Kauf- und Sonntagszeitungen, überregionale und regionale Abonnementzeitungen und Anzeigenblätter. Darüber hinaus bestanden Beteiligungen an Zeitungsverlagen im Inland.

Das Segment Zeitschriften National beinhaltet die Programm-, Frauen-, Männer-, Jugend-, Computer-, Wirtschafts-, Nachrichten- und Familientitel, weitere Spezialzeitschriften sowie Beteiligungen an Zeitschriftenverlagen im Inland.

Im Segment Print International werden die im Ausland verlegten Zeitungen und Zeitschriften zusammengefasst.

Im Segment Digitale Medien sind Online- und Broadcastingaktivitäten zusammengefasst. Hierzu zählen insbesondere die printmarkengebundenen Online-Aktivitäten sowie die Aktivitäten von ZANOX, Idealo, Immonet, auFeminin, StepStone und Digital Window. Außerdem umfasst das Segment u.a. die Beteiligung an Doğan TV.

Im Segment Services/Holding werden die verbleibenden Geschäftsaktivitäten mit Dienstleistungen wie Kundenservice, Vertrieb, Logistik, Direktmarketing und Büroimmobilien sowie ausschließlich interne Bereiche wie IT, Rechnungswesen, Personal und Konzernstäbe ausgewiesen. Unsere drei Offsetdruckereien, Beteiligungen an zwei Offsetdruckereien im Ausland sowie die Tiefdruckbeteiligung PRINOVIS sind ebenfalls in dem Segment Services/Holding enthalten.

(b) Geografische Informationen

Die Aktivitäten des Axel Springer Konzerns erstrecken sich im Wesentlichen auf Deutschland und weitere europäische Länder.

(34) Segmentinformationen

Die Segmentdaten wurden auf der Grundlage der im Konzernabschluss angewendeten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden ermittelt. Die Außenumsatzerlöse umfassen Vertriebs Erlöse aus dem Verkauf von Verlags-erzeugnissen, Werbeerlöse sowie Erlöse aus der Erbringung von Dienstleistungen. Die Innenumsatzerlöse resultieren aus den Liefer- und Leistungsbeziehungen zwischen den einzelnen Segmenten. Die Verrechnung erfolgt auf Kostendeckungsbasis.

Als Segmentergebnisgröße verwenden wir die Kennzahl EBITDA, die das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen darstellt. Sondereffekte und Effekte aus Kaufpreisallokationen werden herausgerechnet.

Als Sondereffekte zählen 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 eigen genutzte Immobilien. Die Sondereffekte beinhalten die Ergebnisse aus dem Verkauf einer Reihe von Beteiligungen und Geschäftsbereichen (TEUR 208.039), Abschreibungen auf Beteiligungen (TEUR – 21.827) sowie Kosten im Zusammenhang mit im Geschäftsjahr erfolgten und geplanten Unternehmensakquisitionen (TEUR – 5.812). Im Vorjahr wurden Effekte aus dem Verkauf von Beteiligungen (TEUR 438.736) sowie Zu- und Abschreibungen auf Beteiligungen (TEUR – 62.473) berücksichtigt.

Effekte aus Kaufpreisallokationen beinhalten im Wesentlichen planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen, die im Rahmen von Unternehmens- und Geschäftserwerben erworben wurden. Die Effekte aus Kaufpreisallokationen betragen TEUR 26.692 (Vj.: TEUR – 46.473). Im Vorjahr waren außerplanmäßige Abschreibungen von TEUR 28.731 enthalten.

Das Segmentvermögen stellt das betriebsnotwendige Vermögen dar. Vermögenswerte in Höhe von rund € 366 Mio. (Vj.: € 307 Mio.) wurden nicht segmentiert. Hierbei handelte es sich überwiegend um Finanzmittel und Steuerforderungen.

Für die geografische Segmentberichterstattung werden die Umsätze nach dem Sitz des Kunden segmentiert.

Sonstige Angaben

(35) Kapitalsteuerung

Die Axel Springer AG unterliegt über die aktienrechtlichen Bestimmungen hinaus keinen weitergehenden satzungsmäßigen oder vertraglichen Verpflichtungen zum Kapitalerhalt. Die im Rahmen der Unternehmenssteuerung von uns verwendeten Finanzkennzahlen sind überwiegend erfolgsorientiert. Ziele, Methoden und Prozesse unseres Kapitalmanagements sind den erfolgsorientierten Finanzkennzahlen untergeordnet.

Zur Aufrechterhaltung und Anpassung der Kapitalstruktur kann die Gesellschaft Anpassungen der Dividendenzahlungen an die Anteilseigner vornehmen oder eigene Aktien bis zu 10,0% des Grundkapitals erwerben. Eigene Aktien können u.a. zur Akquisitionsfinanzierung verwandt oder eingezogen werden. Am 31. Dezember 2009 hielten wir 9,6% der eigenen Aktien.

Die Gesellschaft hat aus dem Managementbeteiligungsprogramm die Verpflichtung, eigene Aktien an das Management zu veräußern. Zum Bilanzstichtag verfügten wir über einen ausreichenden Bestand an eigenen Aktien zur Bedienung des Programms.

(36) Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten**(a) Darstellung nach Kategorien**

Nachfolgend sind die Bilanzposten, die finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten enthalten, den Bewertungskategorien nach IAS 39 zugeordnet:

TEUR	Buchwert	Kredite und Forderungen	Finanzielle Verbindlichkeiten zu Restbuchwerten	Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Zu Handelszwecken gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	Keine Bewertungskategorie gemäß IAS 39
AKTIVA 31.12.2009						
Übrige Beteiligungen und Wertpapiere	30.287			30.287		
Ausleihungen und Darlehen	4.366	4.366				
Sonstige Finanzanlagen	34.653	4.366		30.287		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	301.947	301.947				
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	43.987	14.523				29.464
Derivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung	11.169				11.169	
Übrige	211.444	189.538				21.906
Sonstige Vermögenswerte	222.613	189.538			11.169	21.906
Finanzmittel	197.259	197.259				
PASSIVA 31.12.2009						
Finanzverbindlichkeiten	390.281		390.281			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	206.338		206.338			
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	26.348		22.213			4.135
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung	21.769					21.769
Übrige	309.935		104.578		257	205.100
Sonstige Verbindlichkeiten	331.704		104.578		257	226.869
AKTIVA 31.12.2008						
Übrige Beteiligungen und Wertpapiere	31.533			31.533		
Ausleihungen und Darlehen	3.783	3.783				
Sonstige Finanzanlagen	35.316	3.783		31.533		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	264.875	264.875				
Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen	55.582	25.828				29.754
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung	19					19
Derivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung	1.840				1.840	
Übrige	63.192	41.236				21.956
Sonstige Vermögenswerte	65.051	41.236			1.840	21.975
Flüssige Mittel	154.521	154.521				
Wertpapiere mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten	8					8
Finanzmittel	154.529	154.521				8
PASSIVA 31.12.2008						
Finanzverbindlichkeiten	524.028		524.028			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	184.989		184.989			
Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen	24.518		24.518			
Derivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung	15.236					15.236
Übrige	265.865		74.442			191.423
Sonstige Verbindlichkeiten	281.101		74.442			206.659

(b) Sonstige Angaben zu finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten

Sofern finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten zu Zeitwerten bewertet wurden, erfolgte dies mittels anerkannter Bewertungsmethoden auf Basis beobachtbarer Marktdaten.

Mit Ausnahme der in nachfolgender Tabelle dargestellten Finanzverbindlichkeiten stimmten die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (ohne Finanzderivate) mit den Zeitwerten überein.

TEUR	31.12.2009		31.12.2008	
	Buchwert	Zeitwert	Buchwert	Zeitwert
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	390.281	394.839	524.028	527.325

Nachfolgend werden die in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Nettogewinne und -verluste (ohne Finanzderivate mit Sicherungsbeziehung) dargestellt.

TEUR	2009	2008
Kredite und Forderungen sowie finanzielle Verbindlichkeiten	- 16.657	- 7.897
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	12.784	435.904
Zu Handelszwecken gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten	1.432	- 24.732

Die Nettogewinne bzw. -verluste der Kategorien „Kredite und Forderungen“ sowie „finanzielle Verbindlichkeiten“ betrafen insbesondere Wertberichtigungen, Abgangserfolge sowie Ergebnisse aus der Währungsumrechnung dieser finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten. Das Nettoergebnis der Kategorie „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ enthielt vor allem Gewinne und Verluste aus dem Abgang dieser Vermögenswerte. In den Nettogewinnen bzw. -verlusten der Kategorie „zu Handelszwecken gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“ waren Zinsen nicht enthalten. Es handelte sich insbesondere um Zeitwertänderungen sowie sonstige Aufwendungen aus Finanzderivaten in dieser Kategorie.

Im Rahmen der erfolgsneutralen Erfassung von Zeitwertänderungen von zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten wurden im Geschäftsjahr positive Wertänderungen in Höhe von TEUR 4 (Vj.: TEUR 8) im Eigenkapital erfasst. Von den im Eigenkapital erfassten Beträgen wurden TEUR 0 (Vj.: TEUR 434.174) durch Erfassung in der Gewinn- und Verlustrechnung aufgelöst.

(37) Finanzielles Risikomanagement

(a) Grundlagen des finanziellen Risikomanagements

Der Axel Springer Konzern unterliegt hinsichtlich seiner Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und geplanten Transaktionen insbesondere Risiken aus der Veränderung der Zinssätze, der Wechselkurse und der Börsenkurse. Die Aufgabe des finanziellen Risikomanagements ist es, diese Marktrisiken durch gezielte Aktivitäten zu begrenzen. Hierzu werden je nach Einschätzung des Risikos ausgewählte derivative Sicherungsinstrumente eingesetzt.

Zur Reduzierung des Ausfallrisikos werden die Sicherungsgeschäfte grundsätzlich nur mit führenden Finanzinstituten mit entsprechender Bonität abgeschlossen.

Der Einsatz von Finanzderivaten ist durch entsprechende Richtlinien des Konzerns geregelt. Durch diese Richtlinien werden die Verantwortlichkeiten, der Handlungsrahmen, die Berichterstattung sowie die strikte Trennung von Handel und Abwicklung festgelegt.

Bezüglich der Marktpreisrisiken ausgewählter finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wird täglich die Einhaltung vorgegebener Verlustlimite überwacht. Grundsätzlich können die Auswirkungen von Marktpreisrisiken auf die Wertentwicklung zeitnah bewertet bzw. gegebenenfalls die Verlustrisiken reduziert werden.

(b) Zinsrisiko

Zur Absicherung des Zinsänderungsrisikos werden im Konzern Zinsderivate in Form von Zinsswaps, Collars, Forward Rate Agreements und Zinsfutures eingesetzt. Die Zielsetzung und Methodik ist im internen Finanzreglement festgelegt. Marktzinssatzänderungsrisiken werden mittels Sensitivitätsanalysen dargestellt. Diese stellen die Effekte von Änderungen der Marktzinssätze auf Zinszahlungen, Zinserträge und -aufwendungen, andere Ergebnisteile sowie ggf. auf das Eigenkapital dar. Der Zinssensitivitätsanalyse liegen folgende Annahmen zugrunde:

Marktzinssatzänderungen von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten (ohne Finanzderivate) mit fester Verzinsung wirken sich nur dann auf das Ergebnis aus, wenn diese zum Zeitwert bilanziert sind. Demnach unterliegen alle zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit fester Verzinsung keinen Zinsänderungsrisiken.

Marktzinssatzänderungen wirken sich auf das Ergebnis von variabel verzinsten finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten (ohne Finanzderivate), deren Zinszahlung nicht als Grundgeschäfte im Rahmen von Cashflow Hedges gegen Zinsänderungsrisiken designed ist, aus und gehen demzufolge in die Berechnung der ergebnisbezogenen Sensitivitäten mit ein.

Marktzinssatzänderungen von Finanzderivaten, die als Sicherungsinstrumente im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung zinsbedingter Zahlungsschwankungen designed wurden, haben Auswirkungen auf das sonstige kumulierte Eigenkapital und werden daher bei den eigenkapitalbezogenen Sensitivitätsberechnungen berücksichtigt.

Marktzinssatzänderungen von Zinsderivaten, die nicht in eine Sicherungsbeziehung eingebunden sind, haben Auswirkung auf das Finanzergebnis und werden daher bei den ergebnisbezogenen Sensitivitätsanalysen berücksichtigt.

Wenn das Marktzinsniveau zum Bilanzstichtag um 50 Basispunkte höher (niedriger) gewesen wäre, wäre die Bewertung der Zinsderivate zum Bilanzstichtag um TEUR 4.514 höher (TEUR 4.624 niedriger) gewesen. Die Bewertungsänderungen wären ergebnisneutral im Eigenkapital zu erfassen.

Zum Bilanzstichtag waren € 0 (Vj.: € 128 Mio.) der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten variabel verzinst, für die es keine Zinssicherungsgeschäfte gab. Im Jahresdurchschnitt wurde eine Sicherungsquote von 91 % (Vj.: 87 %) realisiert.

(c) Währungsrisiko

Die Währungskursrisiken des Axel Springer Konzerns resultieren insbesondere aus Investitionen, Finanzierungsmaßnahmen und operativen Tätigkeiten. Risiken aus Fremdwährung werden gesichert, soweit sie den Cashflow des Konzerns beeinflussen. Fremdwährungsrisiken, die den Cashflow des Konzerns nicht beeinflussen (d.h. die Risiken, die aus der Umrechnung der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten ausländischer Töchter in die Konzernberichterstattung resultieren), bleiben unberücksichtigt.

Im operativen Bereich wickeln die einzelnen Konzernunternehmen ihre Aktivitäten überwiegend in ihrer funktionalen Währung ab. In für den Konzern unwesentlichem Umfang sind sie operativen Währungsrisiken ausgesetzt. Diese werden durch den Einsatz von Devisentermingeschäften abgesichert und beziehen sich auf die konzernweit definierten Strategiewährungen. Bei diesen Geschäften handelt es sich um Termingeschäfte, deren Fälligkeiten den erwarteten Zahlungsströmen entsprechen.

Zum 31. Dezember 2009 bestanden Devisentermingeschäfte für Darlehen ausländischer Tochtergesellschaften mit einem Nominalwert von TEUR 19.220. Der Zeitwert belief sich auf TEUR 334. Zum Bilanzstichtag des Vorjahres waren keine Devisentermingeschäfte im Bestand. Auf eine Sensitivitätsanalyse wurde aufgrund der Geringfügigkeit der währungskursbedingten Auswirkungen auf Ergebnis und Eigenkapital verzichtet.

(d) Bonitätsrisiko

Die Werthaltigkeit von finanziellen Vermögenswerten kann beeinträchtigt sein, wenn Geschäftspartner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen. Risikobehaftet sind insbesondere die aus der operativen Tätigkeit resultierenden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Der in der Konzern-Bilanz ausgewiesene Gesamtbetrag dieser Forderungen stellt das maximale Ausfallrisiko dar.

Ein gestundeter Kaufpreis in Höhe von TEUR 150.000 sowie darauf entfallende Zinsen im Zusammenhang mit der Veräußerung von Regionalzeitungsbeteiligungen ist durch ein vertragliches Pfandrecht an veräußerten Anteilen gesichert. Die Forderung ist in den langfristigen sonstigen Vermögenswerten ausgewiesen.

Durch aktives Forderungsmanagement und Bonitätsprüfung unserer Geschäftspartner reduzieren wir das Bonitätsrisiko. Investitionen in Wertpapiere dürfen nur in Instrumente erstklassiger Bonität erfolgen. Erkennbare Ausfallrisiken, die insbesondere für die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bestehen, werden durch entsprechende Wertberichtigungen abgebildet.

(38) Finanzderivate**(a) Finanzderivate mit bilanzieller Sicherungsbeziehung**

Bilanzielle Sicherungsbeziehungen bestanden im Berichtsjahr insbesondere zur Absicherung von Zinsrisiken aus langfristigen Verbindlichkeiten. Die Absicherung der Cashflows erfolgte durch den Einsatz von Zinsderivaten (Zinsswaps und Collars). Die Zinsderivate wurden hinsichtlich Laufzeit und Nominalbetrag jeweils analog zu entsprechenden Tranchen der aufgenommenen variabel verzinsten Kredite (Grundgeschäfte) abgeschlossen. Die Bilanzierung der Zinsderivate erfolgte zu Zeitwerten; Zeitwertschwankungen werden bis zum Realisationszeitpunkt des

gesicherten Grundgeschäfts im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst. Zum 31. Dezember 2009 war ein Kreditvolumen mit einem Nominalwert von TEUR 311.231 (Vj.: TEUR 311.711) gesichert. Aus der Bewertung der Zinsderivate ergaben sich zum Bilanzstichtag positive Zeitwerte von TEUR 0 (Vj.: TEUR 19) sowie negative Zeitwerte von TEUR 21.769 (Vj.: TEUR 15.236). Im kumulierten übrigen Eigenkapital waren Zeitwertschwankungen in Höhe von TEUR 15.475 (Vj.: TEUR – 10.986) nach Steuern erfasst.

(b) Finanzderivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung

Im Rahmen des Zinsmanagements wurden keine Finanzderivate ohne bilanzielle Sicherungsbeziehung eingesetzt. Im Vorjahr wurden zur Absicherung der Zeitwerte von Zinssicherungsgeschäften Zinsfutures verwendet, aus denen TEUR 8.988 erfolgswirksam realisiert wurden.

(39) Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Personen und Unternehmen, die den Konzern beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diesen ausüben oder durch den Konzern beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden, gelten als nahe stehend. Dementsprechend werden insbesondere die Mitglieder der Familie Springer, die durch sie beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden, die aktiven Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates der Axel Springer AG sowie die Tochter- und assoziierten Unternehmen des Axel Springer Konzerns als nahe stehende Personen und Unternehmen definiert. Die Vorjahresangabe wurde aufgrund einer von uns vorgenommenen Änderung der Zuordnung bestimmter Beteiligungen zu den nahe stehenden Unternehmen angepasst.

Neben den Geschäftsbeziehungen zu den in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen bestanden die folgenden Geschäftsbeziehungen mit nahe stehenden Personen und Unternehmen:

TEUR			
Bilanz	Erläuterung	31.12.2009	31.12.2008
Ausleihungen	(i)	2.483	2.083
Forderungen	(ii)	43.987	55.582
Rückstellungen	(iii)	5.435	4.699
Verbindlichkeiten	(iv)	26.349	24.519
Gewinn- und Verlustrechnung			
		2009	2008
Erbrachte Leistungen	(v)	74.804	79.160
Empfangene Leistungen	(vi)	141.635	173.439
Finanzergebnis		690	2.231

(i) Die Ausleihungen an nahe stehende Personen und Unternehmen betrafen zum Bilanzstichtag assoziierte Unternehmen in Höhe von TEUR 446 (Vj.: TEUR 499) sowie sonstige nahe stehende Unternehmen in Höhe von TEUR 2.037 (Vj.: TEUR 1.584).

(ii) Die Forderungen gegen nahe stehende Personen und Unternehmen resultierten in Höhe von TEUR 13.049 (Vj.: TEUR 17.435) aus dem Liefer- und Leistungsverkehr. Hiervon betrafen TEUR 4.738 assoziierte Unternehmen (Vj.: TEUR 4.422) sowie TEUR 8.311 sonstige nahe stehende Unternehmen (Vj.: TEUR 13.013). Wertberichtigungen wurden von den aufgeführten Forderungsbeträgen abgesetzt. Wertberichtigungen betrafen zum Stichtag assoziierte Unternehmen in Höhe von TEUR 2.694 (Vj.: TEUR 2.074) sowie sonstige nahe stehende Unternehmen in Höhe von TEUR 17.590 (Vj.: TEUR 17.185). Zudem bestand eine Forderung in Höhe von TEUR 29.464 (Vj.: TEUR 29.754) gegen ein assoziiertes Unternehmen aus dem Erstattungsanspruch von Pensionsverpflichtungen (vgl. Ziffer (14)).

(iii) Es handelte sich um Pensionsverpflichtungen gegenüber den Mitgliedern des Vorstands.

(iv) Die Verbindlichkeiten gegenüber nahe stehenden Personen und Unternehmen betrafen in Höhe von TEUR 19.191 (Vj.: TEUR 22.784) die Liefer- und Leistungsbeziehungen. Diese entfielen in Höhe von TEUR 4.469 (Vj.: TEUR 7.568) auf assoziierte Unternehmen und in Höhe von TEUR 14.722 (Vj.: TEUR 15.217) auf sonstige nahe stehende Unternehmen.

(v) Leistungen für nahe stehende Personen und Unternehmen umfassten vor allem den Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften. Mit assoziierten Unternehmen wurden Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 66.423 (Vj.: TEUR 70.415) erzielt. Weiterhin entfielen TEUR 8.381 (Vj.: TEUR 8.745) auf sonstige nahe stehende Unternehmen.

(vi) Die von nahe stehenden Unternehmen empfangenen Leistungen wurden primär von assoziierten Unternehmen erbracht. Hier entfielen TEUR 75.717 (Vj.: TEUR 113.335) vor allem auf erworbene Verlagsprodukte sowie auf Druckereileistungen. Zudem wurden Leistungen von sonstigen nahe stehenden Unternehmen in Höhe von TEUR 43.868 (Vj.: TEUR 42.928) bezogen.

Mit einem assoziierten Unternehmen besteht ein bis zum 31. Dezember 2019 gültiger Rahmenvertrag über den Druck von Zeitschriften. Hieraus wurden für Unternehmen des Axel Springer Konzerns in 2009 Leistungen in Höhe von € 63 Mio. (Vj.: € 73 Mio.) erbracht.

Im Geschäftsjahr 2009 betragen die festen Bezüge der Vorstände der Axel Springer AG TEUR 8.887 (Vj.: TEUR 8.237). Die Summe der variablen Bezüge belief sich auf TEUR 8.800 (Vj.: TEUR 4.891). Aus den dem Vorstand der Axel Springer AG gewährten aktienbasierten Vergütungen (vgl. Ziffer (13f)) ergab sich im Berichtsjahr zusätzlich zu den oben genannten Bezügen eine rechnerische Vergütungskomponente von TEUR 1.460 (Vj.: TEUR 406) im Personalaufwand. Die Pensionsrückstellungen erhöhten sich um TEUR 736 (Vj.: TEUR 897).

Die Bezüge des Aufsichtsrates beliefen sich auf TEUR 2.425 (Vj.: TEUR 2.725). Diese umfassten eine variable Vergütung von TEUR 425 (Vj.: TEUR 725). Ein Mitglied des Aufsichtsrats erhielt für seine Leistungen als Autor ein Honorar in Höhe von TEUR 125 (Vj.: TEUR 125).

Die Festlegung der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Axel Springer AG ist im Vergütungsbericht, der Teil des Anhangs zum Konzernabschluss ist, beschrieben. Der Vergütungsbericht ist im Kapitel "Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB und Corporate Governance Bericht" des Lageberichts enthalten.

An ehemalige Vorstandsmitglieder und ehemalige geschäftsführende Sonderorgane sowie deren Hinterbliebene wurden TEUR 3.856 (Vj.: TEUR 2.140) gezahlt. Für die Pensionsverpflichtungen wurden insgesamt TEUR 26.082 (Vj.: TEUR 25.599) zurückgestellt.

(40) Eventualschulden

Zum 31. Dezember 2009 bestanden Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften von TEUR 33.268 (Vj.: TEUR 20.746). Es existierten zudem Verpflichtungen aus einer Kaufpreisverbindlichkeit von TEUR 2.415 (Vj.: TEUR 0), deren Eintreten wir jedoch als unwahrscheinlich betrachten. Außerdem waren zum 31. Dezember 2009 Vermögenswerte des Sachanlagevermögens in Höhe von TEUR 98.053 (Vj.: TEUR 104.529) als Sicherheiten für Verbindlichkeiten begeben worden.

(41) Eventualforderungen

Eventualforderungen bestanden gegen die KirchMedia GmbH & Co KGaA i.L. in Höhe von € 274 Mio. (Vj.: € 280 Mio. (vgl. Ziffer (11))).

(42) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzten sich wie folgt zusammen:

TEUR	31.12.2009	31.12.2008
Bestellobligo für		
- immaterielle Vermögenswerte	8.359	6.488
- Sachanlagen	7.565	5.412
- Vorräte	9.921	11.926
Künftige Zahlungen aus Operating-Leasingverhältnissen	71.051	93.693
Langfristige Abnahmeverpflichtungen	285.226	292.083
Sonstige finanzielle Verpflichtungen	382.122	409.602

Die langfristigen Abnahmeverpflichtungen resultierten aus Papiereinkaufskontrakten.

Die gesamten zukünftigen Verpflichtungen aus Mindestleasingzahlungen zum 31. Dezember 2009 gliederten sich wie folgt:

TEUR	Restlaufzeit bis zu einem Jahr	Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren	Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren	Summe
Künftige Zahlungen aus Operating-Leasingverhältnissen	24.131	44.031	2.889	71.051
Summe	24.131	44.031	2.889	71.051

(43) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es ergaben sich keine wesentlichen Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

(44) Übersicht des Konsolidierungskreises

Nr.		Anteil in %	Gehalten über Nr.	Weitere Angaben
Vollkonsolidierte Gesellschaften				
Deutschland				
1	Axel Springer Aktiengesellschaft, Berlin	-	-	
2	AS Online Beteiligungs GmbH, Berlin	100,0	1	
3	AS Osteuropa GmbH, Berlin	100,0	1	
4	AS TV-Produktions- und Vertriebsgesellschaft mbH, Hamburg	100,0	1	
5	ASV Direktmarketing GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
6	Axel Springer Asia GmbH, Hamburg	100,0	1	
7	Axel Springer Auto-Verlag GmbH, Hamburg	100,0	1	(1) (2)
8	Axel Springer Digital TV GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
9	Axel Springer Digital TV Guide GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
10	Axel Springer Financial Media GmbH, München	100,0	1	(1) (2)
11	Axel Springer Media Logistik GmbH, Berlin	100,0	1	
12	Axel Springer Mediahouse Berlin GmbH, Berlin (vormals Axel Springer Mediahouse München GmbH, München)	100,0	1	(1) (2)
13	Axel Springer Medien Accounting Service GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
14	Axel Springer Services & Immobilien GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
15	Axel Springer TV NEWS GmbH, Hamburg	100,0	16	
16	Axel Springer TV Productions GmbH, Hamburg	100,0	1	(1) (2)
17	Axel Springer Venture GmbH (vormals AS Venture GmbH), Berlin	100,0	1	(1) (2)
18	'Axel Springer Verlag' Beteiligungsgesellschaft mbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
19	Axel Springer Verlag Vertriebsgesellschaft mbH, Hamburg	100,0	1	
20	B.Z. Media GmbH, Berlin	100,0	21	(1)
21	B.Z. Ullstein GmbH, Berlin	100,0	43	
22	Bergedorfer Buchdruckerei von Ed. Wagner (GmbH & Co.), Hamburg	100,0	1	(3)
23	BERLINER WOCHENBLATT Verlag GmbH, Berlin	100,0	49	(1)
24	BILD digital GmbH & Co. KG, Berlin	100,0	1	(3)
25	Buch- und Presse-Großvertrieb Hamburg GmbH & Co. KG, Hamburg	69,8	1	(3)
26	Commerz-Film GmbH, Berlin	100,0	1	(1) (2)
27	comparado GmbH, Lüneburg	74,9	33	
28	Computerbild Online Dienstleistungs-GmbH, Hamburg	100,0	1	(1) (2)
29	DW-Holding GmbH, Berlin	52,5	17	(4)
30	eprofessional GmbH, Hamburg	52,5	50	
31	gamigo AG, Hamburg	100,0	17	
32	Gofeminin.de GmbH, Köln (vormals Gofeminin.de GmbH, Berlin)	82,4	56	
33	Idealo Internet GmbH, Berlin	74,9	17	
34	Immonet GmbH, Hamburg	100,0	1	(1) (2)
35	ims Internationaler Medien Service GmbH & Co. KG, Hamburg	55,0	1	(3)
36	Niendorfer Wochenblatt Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg	100,0	49	(3)
37	"Sächsischer Bote" Wochenblatt Verlag GmbH, Dresden	100,0	49	(1)
38	Schwartzkopff TV-Productions GmbH & Co. KG, Hamburg	100,0	16	(3)
39	Smarthouse Media GmbH, Karlsruhe	88,0	1	
40	Sport-B.Z. GmbH, Berlin	100,0	43	
41	StepStone Gruppe (3 inländische Gesellschaften)	100,0	1, 79	(4)
42	Transfermarkt GmbH & Co. KG, Hamburg	51,0	24	(3)
43	Ullstein Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Berlin	100,0	18	
44	VISION MEDIA Holding GmbH, Hamburg	100,0	1	
45	VVDG Verlags- und Industrieversicherungsdienste GmbH, Berlin	100,0	18	(1) (2)
46	wallstreet.online AG, Berlin	75,0	10	
47	wallstreet.online capital AG, Berlin	75,1	10	
48	WBV Direktzustell-GmbH, Hamburg	100,0	49	
49	WBV Wochenblatt Verlag GmbH, Hamburg	100,0	1	
50	ZANOX.de AG, Berlin	52,5	17	
51	ZZ-Kurier Gesellschaft für Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb mbH, Hamburg	100,0	1	(1) (2)
Übrige Länder				
52	Amiado Group AG (vormals Verlag Sport Wochenzeitung AG), Zürich/Schweiz	99,8	66	
53	Anima Publishers, s.r.o., Zlin/Tschechische Republik	74,9	64	
54	AS-NYOMDA Kft, Kecskemét/Ungarn	93,5	59	(4)
55	auFeminin.com Productions SARL, Paris/Frankreich	82,4	56	

Nr.		Anteil in %	Gehalten über Nr.	Weitere Angaben
56	auFeminin.com S.A., Paris/Frankreich	82,4	2	
57	Avivum AG, Zürich/Schweiz	99,8	52	
58	Axel Springer - Budapest Kiadó Kft, Budapest/Ungarn	92,9	1	
59	Axel Springer - Magyarországi Kft, Tatabánya/Ungarn	93,5	1	
60	Axel Springer Editions S.A.S., Levallois-Perret/Frankreich	100,0	62	
61	Axel Springer España S.A., Madrid/Spanien	100,0	1	
62	Axel Springer France S.A.S., Levallois-Perret/Frankreich	100,0	1	
63	"Axel Springer Polska" Sp. z o.o., Warschau/Polen	100,0	1	
64	Axel Springer Praha a.s., Prag/Tschechische Republik	100,0	1	
65	"Axel Springer Russia" Geschlossene Aktiengesellschaft, Moskau/Russland	100,0	3	
66	Axel Springer Schweiz AG, Zürich/Schweiz	99,8	1	
67	Digital Window Limited, London/Großbritannien	26,3	29	(4)
68	Handelszeitung und Finanzrundschau AG, Zürich/Schweiz	100,0	1	
69	Les Publications Grand Public S.A.S., Levallois-Perret/Frankreich	100,0	62	
70	Marmiton SAS, Paris/Frankreich	82,4	56	
71	Népújság Kft, Békéscsaba/Ungarn	94,0	18	
72	PartyGuide.ch AG, Hünenberg/Schweiz	99,8	52	
73	Petőfi Lap- és Könyvkiadó Kft, Kecskemét/Ungarn	94,0	18	
74	Shanghai Springer Advertising Company Ltd., Shanghai/China	100,0	6	
75	Shanghai Springer Distribution Company Ltd., Shanghai/China	100,0	6	
76	Smart Adserver Limited, London/Großbritannien	82,4	56	
77	SmartAdServer SAS, Paris/Frankreich	82,4	56	
78	soFeminine.co.uk Limited, London/Großbritannien	82,4	56	
79	StepStone ASA, Oslo/Norwegen (einschl. 38 ausländischer Gesellschaften der StepStone Gruppe)	100,0	1	(4)
80	Students.ch AG (vormals Amiado AG), Zürich/Schweiz	100,0	68	
81	Viviana Investments Sp. z o.o., Warschau/Polen	100,0	63	
82	zanox B.V., Amsterdam/Niederlande	52,5	50	
83	ZANOX Hispania SL, Madrid/Spanien	52,5	50	
84	zanox Inc., Chicago/USA	52,5	50	
85	zanox Ltd., London/Großbritannien	52,5	50	
86	zanox SAS, Paris/Frankreich	52,5	50	
87	zanox SRL, Mailand/Italien	52,5	50	
88	zanox we create partners AB, Stockholm/Schweden	52,5	50	
89	ZÖLD ÚJSÁG Tömegkommunikációs és Kiadó Zrt, Budapest/Ungarn	93,5	59	
Vollkonsolidierte Zweckgesellschaften				
Deutschland				
90	Axel-Springer-Immobilien-Fonds-I Dr.Rühl & Co.KG, Düsseldorf	--	--	
91	Axel-Springer-Immobilien-Fonds-II-Produktionszentrum Dr.Rühl & Co.KG, Düsseldorf	--	--	
92	Axel-Springer-Immobilien-Fonds-III- Ostflügel Dr.Rühl & Co.KG, Düsseldorf	--	--	
Nach der Equity-Methode einbezogene Gesellschaften				
Deutschland				
93	buecher.de GmbH & Co. KG, Augsburg	33,3	1	
94	Cora Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg	50,0	18	
95	Jahr Top Special Verlag GmbH & Co. KG, Hamburg	50,0	18	
96	PRINOVIS Ltd. & Co. KG, Hamburg	25,1	1	
97	ZertifikateJournal AG, Veitshöchheim	33,3	1	
Übrige Länder				
98	Editions Mondadori Axel Springer (EMAS) S.E.N.C., Paris/Frankreich	50,0	62	
99	INFOR BIZNES Sp. z o.o., Warschau/Polen	49,0	63	(4)

Weitere Angaben:

- (1) Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag mit der Muttergesellschaft.
- (2) Die Gesellschaft hat die Befreiungen des § 264 Abs. 3 HGB in Anspruch genommen.
- (3) Die Gesellschaft hat die Befreiungen des § 264b HGB in Anspruch genommen.
- (4) Im Geschäftsjahr 2009 erstmals in den Konsolidierungskreis einbezogen.

(45) Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

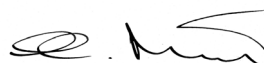
Die Axel Springer AG hat den Aktionären die von Vorstand und Aufsichtsrat abgegebene Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG auf den Internetseiten der Gesellschaft unter www.axelspringer.de → Investor Relations → Corporate Governance dauerhaft zugänglich gemacht. Die Entsprechenserklärung ist ebenfalls im Abschnitt Corporate Governance des Geschäftsberichts abgedruckt.

(46) Versicherung der gesetzlichen Vertreter

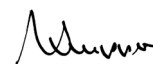
Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Berlin, den 23. Februar 2010

Axel Springer AG



(Dr. Mathias Döpfner)



(Rudolf Knepper)



(Lothar Lanz)



(Dr. Andreas Wiele)

180 Organe

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat setzte sich im Geschäftsjahr 2009 wie folgt zusammen:

Name, ausgeübter Beruf	Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien
Dr. Giuseppe Vita Vorsitzender des Aufsichtsrats der Axel Springer AG	Deutz AG (Vorsitzender, bis Juli 2009) Dussmann Verwaltungs AG (seit April 2009) Medical Park AG (seit Februar 2009)	Allianz S.p.A., Italien (Stellvertretender Vorsitzender des Verwaltungsrats) Humanitas S.p.A., Italien (Verwaltungsrat) Barilla S.p.A., Italien (Verwaltungsrat) Gruppo Banca Leonardo, Italien (Vorsitzender des Verwaltungsrats)
Dr. h. c. Friede Springer Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats der Axel Springer AG	Alba Berlin AG	Deutsche Bank AG (Beirat)
Dr. Gerhard Cromme Vorsitzender des Aufsichtsrats ThyssenKrupp AG	Allianz SE Siemens AG (Vorsitzender) ThyssenKrupp AG (Vorsitzender)	Compagnie de Saint Gobain, Frankreich (Verwaltungsrat)
Oliver Heine Rechtsanwalt und Partner in der Kanzlei Oliver Heine & Partner		
Klaus Krone Mitglied des Aufsichtsrats der Axel Springer AG		borawind AG, Schweiz (Vorsitzender des Verwaltungsrats, bis Juli 2009)
Prof. Dr. Wolf Lepenies Hochschullehrer		
Michael Lewis Investment Manager		OIC 07178 Limited, Großbritannien (Executive) Oceana Investment Corporation Limited, Großbritannien (Chief Executive) Oceana Concentrated Opportunities Fund Limited, Großbritannien (Non-Executive) Oceana Fund Managers (Jersey) Limited, Großbritannien (Non-Executive) Oceana Capital Partners LLP, Großbritannien (Executive, seit Oktober 2008) Oceana Investment Partners LLP, Großbritannien (Executive, seit Februar 2009) United Trust Bank Limited, Großbritannien (Non-Executive) UTB Partners Limited, Großbritannien (Non-Executive) Cheyne Capital Management Limited, Großbritannien (Non-Executive) Foschini Limited, Südafrika (Non-Executive) Strandbags Group (Pty) Limited, Australien (Executive) Strandbags Holdings (Pty) Limited, Australien (Executive) ProChon Biotech Limited, Israel (Non-Executive) Peltours Limited, Israel (seit September 2009, Registrierung noch ausstehend)
Dr. Michael Otto Vorsitzender des Aufsichtsrats Otto GmbH & Co. KG	Otto GmbH & Co. KG (Vorsitzender)	FORUM Grundstücksgesellschaft mbH (Beirat) Robert Bosch Industrie und Treuhand KG (Gesellschafter)
Brian M. Powers Geschäftsführer Investmentgruppe Hellman & Friedman LLC		Artisan Partners Limited Partnership, USA (Advisory Board) Getty Images, Inc., USA (Board of Directors)

Vorstand

Der Vorstand setzte sich im Geschäftsjahr 2009 wie folgt zusammen:

Vorstandsmitglied	Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien
Dr. Mathias Döpfner Vorstandsvorsitzender Vorstand Abonnementzeitungen und Internationales Journalist		dpa Deutsche Presse Agentur GmbH (Aufsichtsrat) Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft mbH & Co. KG (Beirat, bis April 2009) B.Z. Ullstein GmbH (Beirat) Time Warner Inc., USA (Board of Directors) RHJ International S.A., Belgien (Aufsichtsrat) Axel Springer Schweiz AG, Schweiz (Verwaltungsrat) auFeminin.com S.A., Frankreich (Aufsichtsrat, bis August 2009)
Rudolf Knepper Stellvertretender Vorstandsvorsitzender Vorstand Technik, Logistik und Personal Diplom-Ingenieur und Diplom-Wirtschaftsingenieur		PRINOVIS Ltd., Großbritannien (Board of Directors)
Lothar Lanz Vorstand Finanzen und Dienstleistungen (seit Mai 2009) Diplom-Kaufmann		esmt European School of Management and Technology GmbH, (Aufsichtsrat, seit Juli 2009) Axel Springer International Finance B.V., Niederlande (Aufsichtsrat, seit Mai 2009) Independent News & Media PLC, Irland (Board of Directors, seit November 2009)
Dr. Andreas Wiele Vorstand BILD-Gruppe und Zeitschriften Jurist	ZANOX.de AG (Aufsichtsrat, Vorsitzender, bis August 2009)	Jahr Top Special Verlag GmbH & Co. KG (Beirat) B.Z. Ullstein GmbH (Beirat) dpa Deutsche Presse Agentur GmbH (Aufsichtsrat, seit Januar 2010) auFeminin.com S.A., Frankreich (Aufsichtsrat) StepStone ASA, Norwegen (Aufsichtsrat, seit Oktober 2009)
Steffen Naumann Vorstand Finanzen und Dienstleistungen (bis April 2009) Diplom-Betriebswirt und Diplom-Volkswirt	Odeon Film AG (Aufsichtsratsvorsitzender, bis März 2009)	esmt European School of Management and Technology GmbH (Aufsichtsrat, bis April 2009) Axel Springer International Finance B.V., Niederlande (Aufsichtsrat, bis April 2009)

Affiliate Vertriebspartner/Vermittler, der im Fall des Verkaufs von Anzeigen mit einer Provision vergütet wird.

Assoziierte Unternehmen Unternehmen, bei denen ein Konzern eine Minderheitsbeteiligung von mindestens 20% hält und durch Mitwirkungsrechte an den finanz- und geschäftspolitischen Entscheidungsprozessen maßgeblichen Einfluss ausüben kann. Bei Axel Springer werden assoziierte Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Außenumsatz Umsatz, der aus Transaktionen mit Unternehmen und Personen außerhalb des Konsolidierungskreises resultiert.

Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zukünftigen Kaufpreisanpassungen (Earn-Out-Vereinbarungen) sowie aus Optionsrechten auf den Erwerb von Minderheitsanteilen.

comScore (Media Matrix) Internet-Messdienst, der über ein Online-Panel Nutzungsdaten von Webseiten und Internet-Applikationen.

Content-Portal Online-Angebot, bei dem es sich um redaktionelle Inhalte und nicht um reine Werbe- oder Navigationsseiten handelt.

Copypreis Ladenverkaufspreis eines Titels.

Crossmedialität Inhaltliche, kreative und formale Vernetzung unterschiedlicher Medienkanäle und Werbeträger mit dem Ziel, einen maximalen werblichen Erfolg über eine mehrkanalige Ansprache zu erreichen.

Derivate in Cashflow Hedges Finanzinstrumente zur Absicherung des Risikos zukünftiger variabler Zahlungsströme z.B. aus Zinssatz- oder Währungskursänderungen.

Earn-Out-Vereinbarung Vereinbarung, die Zahlungen eines Käufers an den Verkäufer zu einem späteren Zeitpunkt vorsieht; die Zahlungen erfolgen oftmals in Abhängigkeit von der Geschäftsentwicklung des erworbenen Unternehmens.

Elektronischer Programm-Guide Digitale Variante einer gedruckten Zeitschrift für Fernseh- und Radioprogramme, die im Empfangsgerät integriert ist

Equity-Methode Einbeziehungsmethode für Anteile an assoziierten Unternehmen im Konzernabschluss, bei der die Anschaffungskosten um die Reinvermögensänderungen des Beteiligungsunternehmens fortgeschrieben werden.

Erfolgsbasierte Vermarktung Werbeform, bei der ein Vertriebspartner im Internet (Publisher) nach jeder erfolgreichen Transaktion durch eine Provision am Erfolg (z.B. Verkauf eines Produkts oder Registrierung für einen Newsletter) beteiligt wird.

Finanzderivate Finanzinstrumente, deren eigener Wert vom Wert eines Basiswerts (z.B. Wertpapier, Zinssatz, Währung, Kredit) abgeleitet wird. Finanzderivate werden z.B. zur Absicherung von Währungs- und Zinsrisiken eingesetzt.

Finanzmittelfonds Kassenbestände und Guthaben auf Bankkonten eines Unternehmens zuzüglich kurzfristig verfügbarer Mittel wie Wertpapiere des Umlaufvermögens oder Tages- und Termingelder.

IFRS (International Financial Reporting Standards) Regelungen zur Rechnungslegung, die durch das IASB (International Accounting Standards Board) herausgegeben werden.

IWV Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern. Diese überprüft die Reichweite von Printmedien und die der Onlineangebote.

Kaufpreisallokation Prozess, in dem der Kaufpreis eines Unternehmenszusammenschlusses auf die Zeitwerte sämtlicher identifizierbarer Vermögenswerte und Schulden zugeordnet wird.

Konsolidierungskreis Summe der in den Konzernabschluss im Wege der Voll- oder Equity-Konsolidierung einbezogenen Gesellschaften.

Lohndruck Fertigung fremder Druckaufträge mit dem Ziel, freie Kapazitäten auszulasten und so die Wirtschaftlichkeit zu erhöhen.

Newsroom Zentrum einer Redaktion, in dem alle journalistischen Inhalte gebündelt für unterschiedliche Medien wie Print, Internet, TV und Mobildienste produziert werden.

Portal Website mit breiter thematischer Streuung, die dem Internetnutzer als Navigationshilfe dient. Spezielle Portale wie Auto- oder Buchportale versuchen, das gesamte Interessenspektrum ihrer Zielgruppe über eine gemeinsame Einstiegsplattform abzudecken.

Pro-forma-Erlöse Umsatzerlöse, die Umsätze aus Unternehmenszusammenschlüssen beinhalten, die vor dem Zeitpunkt der erstmaligen Einbeziehung in den Konzernabschluss erzielt wurden.

Reichweite Anteil der Zielpersonen, der durch einen Werbeträger oder durch eine Kombination von Werbeträgern mindestens einmal erreicht wurde.

Rubrikengeschäft Anzeigengeschäft mit Kleinanzeigen, die meist in Tageszeitungen nach bestimmten Kategorien zusammengestellt werden, z.B. Stellenangebote, Immobilien- und Kfz-Anzeigen.

Suchwortvermarktung Form der zielgruppenorientierten Vermarktung für Suchmaschinen. Der Kunde definiert Suchbegriffe, bei deren Eingabe sein Banner oder seine Werbebotschaft auf der Seite der Suchmaschine erscheinen soll.

Tabloid-Format Kleinformat für Zeitungen.

Unique Visitors Anzahl von Personen, die in einem bestimmten Zeitraum ein Angebot mindestens einmal benutzt haben. Entspricht der Reichweite.

Vinkulierte Namensaktien Namensaktie, deren Eigentumsübertragung von der Zustimmung der jeweiligen Aktiengesellschaft abhängig ist.

Visits Zusammenhängende Nutzungsvorgänge (Besuche) einer Website. Nach einer Unterbrechung von 30 Minuten wird ein neuer Visit gezählt. Als Nutzungsvorgang zählt ein technisch erfolgreicher Seitenzugriff eines Internet-Browsers auf ein spezielles Onlineangebot.

Zeitwert Betrag, zu dem Vermögenswerte bzw. Schulden zwischen sachverständigen, vertragswilligen, voneinander unabhängigen Geschäftspartnern gehandelt werden können. Zur Bewertung werden, sofern vorhanden, Marktpreise (z.B. Börsenkurse) und Referenztransaktionen bzw. Bewertungsmodelle herangezogen.

Zinsswap Vertraglich vereinbartes Tauschgeschäft. Bei einem Zinsswap werden Zinszahlungsströme von variablem Zins in Festzins oder umgekehrt getauscht. Der Festzinsszahler sichert sich hiermit gegen steigende Zinsen ab (Kreditsicherung), der Festsatzempfänger sichert sich gegen fallende Zinsen ab (Geldanlage).

Zweckgesellschaften Gesellschaft, die nur zur Erfüllung einer engen, genau definierten Zielsetzung gegründet wird. Sie ist zu konsolidieren, wenn bei einer wirtschaftlichen Betrachtung eine Beherrschung durch den Axel Springer Konzern besteht bzw. die Mehrheit der Risiken und Chancen aus der Geschäftsaktivität der Zweckgesellschaft bei Axel Springer liegt. Dabei ist eine anteilsmäßige Verflechtung zwischen dem Axel Springer Konzern und der Zweckgesellschaft nicht erforderlich.

Finanzkalender

► **10. März 2010**

Geschäftsbericht/Bilanzpressekonferenz/
Analysten-/Investorenkonferenz

► **23. April 2010**

Hauptversammlung, Berlin

► **11. Mai 2010**

Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2010

► **05. August 2010**

Quartalsfinanzbericht zum 30. Juni 2010

► **10. November 2010**

Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2010

Impressum

Anschrift

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

Investor Relations

ir@axelspringer.de
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 74 21/-7 74 25
Fax: +49 (0) 30 25 91-7 74 22

Unternehmenskommunikation

information@axelspringer.de
Tel: +49 (0) 30 25 91-7 76 60
Fax: +49 (0) 30 25 91-7 76 03

Konzeption und Gestaltung

Axel Springer AG
Unternehmenskommunikation

Fotos

Daniel Biskup (S. 2, S. 6–7), Matti Hillig (S. 07, S. 08 ff)

ullstein bild –

AP (S. 129), Axel Springer AG (S. 132), Lehnartz (S. 116),
Imagno (S. 122), ullstein bild (S. 124), PAI-Foto.pl (S. 120),
Reuters (S. 126, S. 130), WTT/SIPA (S. 119)



Produktgruppe aus vorbildlich
bewirtschafteten Wäldern und
anderen kontrollierten Herkünften

Zert.-Nr. SGS-COC-003628
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

Der Geschäftsbericht sowie aktuelle Informationen
über Axel Springer sind auch im Internet abrufbar:

www.axelspringer.de

