

Quartalsmitteilung zum 30. September 2019

Axel Springer SE
Investor Relations

6. November 2019

Axel Springer investiert in beschleunigtes Wachstum

Axel Springer setzt Wachstums- und Investitionsstrategie konsequent um / Organischer Umsatz in schwierigem Marktumfeld auf Vorjahresniveau (+0,2 Prozent) / Organische Erlöse bei Classifieds Media steigen trotz anspruchsvollem konjunkturellem Umfeld um 4,4 Prozent

Axel Springer hat seine langfristig ausgerichtete Wachstums- und Investitionsstrategie im Neunmonatszeitraum 2019 weiter konsequent umgesetzt. Unabhängig von kurzfristigen konjunkturellen Entwicklungen investiert das Unternehmen in Aktivitäten und strategische Bereiche, die langfristiges Wachstum ermöglichen. Nach Vollzug des Übernahmeangebots, das noch regulatorischer Freigaben bedarf, wird Axel Springer mit KKR zukünftig einen starken Partner an der Seite haben, der diese Strategie unterstützt.

Das Unternehmen hat trotz der schwächer als erwartet verlaufenden Erlösentwicklung im Neunmonatszeitraum in bestehende Aktivitäten investiert und seine Position insbesondere bei den Classifieds Media auch durch ergänzende Akquisitionen gestärkt. In einem zunehmend herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfeld blieb der

1/9

6. November 2019

Konzernumsatz mit einer organischen – also konsolidierungs- und währungsbereinigten – Wachstumsrate von 0,2 Prozent stabil. Die Erlöse der digitalen Aktivitäten legten organisch um 6,1 Prozent zu und bauten ihren Anteil am Konzernumsatz von 69,2 Prozent im Vorjahreszeitraum auf 73,4 Prozent weiter aus.

Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE: „Wir stellen jetzt die Weichen noch stärker für ein langfristiges Wachstum. Unser Ziel: Wir wollen Weltmarktführer bei digitalem Journalismus und digitalen Classifieds werden. Dafür werden wir uns nach Vollzug des Übernahmeangebots mit KKR als Partner darauf konzentrieren, unsere Wachstums- und Investitionsstrategie zu beschleunigen.“

Konzernergebnis durch signifikante Konsolidierungseffekte und angekündigte Restrukturierungsmaßnahmen beeinflusst

Konzernweit erwirtschaftete Axel Springer in den ersten neun Monaten des Jahres einen Umsatz von EUR 2.263,7 Mio. und lag damit 2,7 Prozent unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (EUR 2.326,0 Mio.). Hier wirkten sich signifikante Konsolidierungseffekte aus den Veräußerungen der @Leisure-Gruppe im Juni 2019 sowie von aufeminin im vergangenen Jahr aus. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte blieb der Umsatz auf Vorjahresniveau (+0,2 Prozent). Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA lag im Berichtszeitraum mit EUR 439,8 Mio. um 18,8 Prozent unter dem Vorjahreswert (EUR 541,4 Mio.). Dieser Rückgang war teilweise durch Konsolidierungseffekte bedingt. Ohne Berücksichtigung von Konsolidierungs- und Währungseffekten beträgt der Rückgang 15,1 Prozent. Wesentlich für den Rückgang sind Rückstellungen, die aufgrund der angekündigten umfangreichen Restrukturierungsmaßnahmen im Subsegment News Media National gebildet wurden. Die bereinigte EBITDA-Rendite des Konzerns lag bei 19,4 Prozent und damit 3,8 Prozentpunkte unter dem Niveau des Vorjahres. Das bereinigte EBIT sank gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 27,6 Prozent auf EUR 280,9 Mio. (Vj.: EUR 387,9 Mio.). Die gegenüber dem bereinigten EBITDA größere Abnahme resultierte aus erhöhten Abschreibungen und ist teilweise auch auf Konsolidierungseffekte zurückzuführen. Ohne Berücksichtigung von

Seite 3 der Quartalsmitteilung

6. November 2019

Konsolidierungs- und Währungseffekten belief sich die Verringerung des bereinigten EBIT auf 23,0 Prozent. Auch hier ist der organische Rückgang hauptsächlich durch die Rückstellungen für die angekündigten Restrukturierungsmaßnahmen verursacht. Die bereinigte EBIT-Rendite lag mit 12,4 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres (16,7 Prozent).

Der bereinigte Konzernüberschuss sank ebenfalls deutlich um 32,0 Prozent auf EUR 174,5 Mio. (Vj.: EUR 256,7 Mio.). Aufgrund höherer Anteile anderer Gesellschafter verminderte sich das bereinigte Ergebnis je Aktie um 37,7 Prozent auf EUR 1,30 (Vj.: EUR 2,08). Organisch lag das bereinigte Ergebnis je Aktie um 32,5 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der berichtete Konzernüberschuss belief sich auf EUR 134,1 Mio. (Vj.: EUR 247,4 Mio.) und war zusätzlich beeinflusst durch Sondereffekte, unter anderem aus langfristigen auf dem Kurs der Axel-Springer-Aktie basierenden Vergütungsprogrammen sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Übernahmeangebot von KKR. Diese wurden teilweise kompensiert durch den Ertrag aus der Veräußerung der @Leisure-Gruppe. Das berichtete Ergebnis je Aktie erreichte EUR 1,00 nach EUR 2,11 im Vorjahr.

Geplante Partnerschaft mit KKR soll die langfristige Wachstumsstrategie unterstützen

Am 12. Juni 2019 hatte Axel Springer den Abschluss einer Vereinbarung über eine geplante strategische Partnerschaft mit der Beteiligungsgesellschaft KKR bekannt gegeben. Die Partnerschaft soll die langfristige Wachstums- und Investitionsstrategie von Axel Springer unterstützen. Das in diesem Zusammenhang von KKR unterbreitete freiwillige öffentliche Übernahmeangebot an die Aktionäre von Axel Springer wurde und wird von Vorstand und Aufsichtsrat des Unternehmens unterstützt. Nach Ende der Annahmefrist betrug die Annahmquote 27,8 Prozent aller ausstehenden Aktien der Axel Springer SE, womit die Mindestannahmeschwelle von 20 Prozent erreicht wurde. Die finale Annahmquote nach Ende der weiteren Annahmefrist betrug gemäß der Bekanntmachung von KKR vom 26. August 2019 insgesamt 42,5

Seite 4 der Quartalsmitteilung

6. November 2019

Prozent. Der Vollzug der Transaktion steht noch unter der Bedingung regulatorischer Freigaben durch die zuständigen Behörden. Derzeit gehen die Beteiligten davon aus, die Transaktion im vierten Quartal 2019 bzw. spätestens im ersten Quartal 2020 abschließen zu können.

Nach den Akquisitionen von Studydrive, PersonalMarkt Services (PSMG), Appcast im Classifieds Media-Subsegment StepStone und CeleraOne bei News Media in der ersten Jahreshälfte investierte Axel Springer auch im dritten Quartal in zusätzliche digitale Kompetenzen. Mit der im September 2019 abgeschlossenen Komplettübernahme von MeilleursAgents für rund EUR 201 Mio. durch die AVIV Group setzte der Konzern seine Wachstumsstrategie im Segment Classifieds Media fort. Durch diese Akquisition des führenden Anbieters für Online-Immobilienbewertungen in Frankreich erweitert Axel Springer das Angebot seiner französischen Immobilienportale SeLoger und Logic-Immo.

Im Oktober 2019 einigte sich Axel Springer zudem mit den Minderheitsgesellschaftern der Immowelt Group darauf, deren Anteile in Höhe von 45 Prozent für rund EUR 360 Mio. zu übernehmen. Der Kaufpreis berücksichtigt in der Gesellschaft vorhandene liquide Mittel. Der Transaktion liegt ein Unternehmenswert (cash / debt free) von rund EUR 700 Mio. zugrunde.

Durch die im Juni 2019 angekündigte Zusammenführung der beiden US-Unternehmen Insider Inc. und eMarketer sollen ab Anfang 2020 Kunden im B2B-Bereich einen noch umfassenderen analytischen Blick auf die digitale Transformation unterschiedlicher Branchen erhalten.

Durchschnittlich beschäftigte Axel Springer im Berichtszeitraum 16.094 Mitarbeiter (Vj.: 16.367).

6. November 2019

Gesamtjahresprognose auf Konzernebene

Bedingt durch den Anfang Juni 2019 vollzogenen Verkauf des 51-prozentigen Mehrheitsanteils an der @Leisure-Gruppe hatte Axel Springer bereits in der Quartalsmitteilung zum 31. März 2019 die Prognose für das laufende Geschäftsjahr teilweise angepasst. Zudem hat das Unternehmen am 12. Juni 2019 die Entscheidung des Vorstands kommuniziert, vor dem Hintergrund des angekündigten Übernahmeangebots an den für die Umsetzung der Wachstumsstrategie geplanten Investitionen für das Geschäftsjahr 2019 trotz einer sich aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung schwächer als geplant abzeichnenden Erlösentwicklung vor allem bei den Jobs Classifieds festzuhalten. Hieraus und aus der zwischenzeitlich in Frankreich verabschiedeten Digitalsteuer ergab sich eine weitere teilweise Anpassung der für das laufende Jahr erwarteten Umsatz- und Ergebnisentwicklung auf Konzernebene sowie im Segment Classifieds Media. Darüber hinaus teilte Axel Springer am 30. September 2019 mit, dass der Vorstand umfangreiche Restrukturierungsmaßnahmen für den Bereich News Media National beschlossen habe. Insbesondere aufgrund dieser Maßnahmen sowie einer unter den Erwartungen liegenden Erlösentwicklung bei den Aktivitäten in den Segmenten News Media und Classifieds Media wurde die Prognose für das Geschäftsjahr 2019 erneut angepasst (vgl. Presseinformation der Axel Springer SE vom 30. September 2019: [hier](#)). Diese am 30. September 2019 angepasste Prognose wird weiterhin aufrecht erhalten.

6. November 2019

Solide Finanzierung des Konzerns

Anfang Juli 2019 verlängerte Axel Springer die Laufzeit seiner Kreditlinien und kann somit auf langfristige Kreditlinien in Höhe von weiterhin EUR 1.500,0 Mio. zurückgreifen, deren Inanspruchnahmen im Juli 2024 (zuvor Juli 2023) zur Rückzahlung fällig werden. Zum 30. September 2019 hatte Axel Springer davon EUR 187,5 Mio. in Anspruch genommen. Die Schuldscheindarlehen beliefen sich zu diesem Zeitpunkt auf EUR 704,5 Mio. Kurzfristige Kapitalbedarfe können darüber hinaus durch Geldmarktkredite und ein Commercial Paper Programm mit einem Maximalvolumen von EUR 750 Mio. gedeckt werden, welche zum Stichtag in Höhe von EUR 140 Mio. bzw. EUR 400 Mio. in Anspruch genommen waren. Die Nettoverschuldung im Konzern erhöhte sich im Berichtszeitraum auf EUR 1.651,7 Mio. von EUR 1.249,2 Mio. zum Jahresende 2018.

Im Berichtszeitraum hat Axel Springer einen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit von EUR 320,4 Mio. (Vj.: EUR 382,4 Mio.) erwirtschaftet. Der frei verfügbare Cashflow (Free Cashflow) belief sich auf EUR 140,6 Mio. (Vj.: EUR 220,9 Mio.); ohne Berücksichtigung von Effekten aus Immobilientransaktionen an den Unternehmensstandorten betrug er EUR 213,9 Mio. (Vj.: EUR 280,3 Mio.). Die Entwicklung resultierte im Wesentlichen aus stichtagsbezogenen Zahlungsverchiebungen sowie Veränderungen des Working Capital. Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf EUR -455,5 Mio. (Vj.: EUR -53,7 Mio.) und umfasste neben den Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen (EUR 178,6 Mio.) insbesondere die Auszahlungen für die Zukäufe von MeilleursAgents (EUR 201,1 Mio.), Appcast (EUR 71,6 Mio.) und die Anteilserhöhung an Purplebricks (EUR 49,2 Mio). Dem entgegen wirkte der Kaufpreiseingang von EUR 185,5 Mio. abzgl. abgegebener Zahlungsmittel von EUR 41,6 Mio. aus dem Verkauf der @Leisure-Gruppe. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von EUR -9,8 Mio. (Vj.: EUR -319,8 Mio.) war insbesondere durch die Zahlung der Dividende an die Aktionäre der Axel Springer SE sowie einer höheren Nettoaufnahme von Finanzverbindlichkeiten geprägt.

6. November 2019

Die Konzern-Bilanzsumme lag mit EUR 6.531,5 Mio. leicht über dem Stand zum Jahresende 2018 (EUR 6.479,0 Mio.). Die Eigenkapitalquote verringerte sich leicht von 44,5 Prozent auf 43,1 Prozent.

Classifieds Media beeinflusst von schwierigem Marktumfeld

In den ersten neun Monaten des Jahres 2019 wies Axel Springer inmitten eines herausfordernden makroökonomischen Umfelds im Segment Classifieds Media ein moderates Wachstum auf. Die Erlöse stiegen von EUR 890,2 Mio. im Vorjahreszeitraum um 1,3 Prozent auf EUR 901,5 Mio. Organisch legten die Umsätze der Classifieds Media um 4,4 Prozent zu. StepStone erhöhte den Umsatz organisch um 5,0 Prozent. Die AVIV Group steigerte die Erlöse organisch um 3,1 Prozent, getragen vor allem durch die Entwicklung bei SeLogger und Immowelt.

Das bereinigte EBITDA der Classifieds Media verringerte sich um 2,7 Prozent auf EUR 344,0 Mio. (Vj.: EUR 353,5 Mio.). Organisch erhöhte sich das bereinigte EBITDA im gesamten Segment leicht um 1,1 Prozent. Hierin sind eine Reihe negativer Konsolidierungseffekte enthalten, insbesondere die Entkonsolidierung der Mehrheitsbeteiligung an der @Leisure-Gruppe sowie negative Ergebnisbeiträge bei den Hybrid-Makler-Aktivitäten. Darüber hinaus wirkten sich Investitionen in Marketing, Produkte und Technologie bei StepStone und der AVIV Group aus. Das Segment Classifieds Media lag mit einer bereinigten EBITDA-Rendite von 38,2 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres (Vj.: 39,7 Prozent). Das bereinigte EBIT im Segment Classifieds Media sank um 5,7 Prozent von EUR 295,6 Mio. auf EUR 278,8 Mio., organisch lag der Rückgang bei 1,5 Prozent.

Segment News Media belastet durch umfangreiche Rückstellungen für die geplanten Restrukturierungsmaßnahmen

Im Segment News Media ging der Umsatz durch marktbedingte Rückgänge im Printgeschäft sowie durch Konsolidierungseffekte um 5,7 Prozent auf EUR 1.027,7 Mio. zurück (Vj.: EUR 1.089,6 Mio.). Organisch verminderte sich der Umsatz um 4,9 Prozent. Zu berücksichtigen ist hierbei, dass BILD für ALLE im ersten Halbjahr 2018 einen wesentlichen

Seite 8 der Quartalsmitteilung

6. November 2019

Erlösbeitrag geliefert hatte und es 2019 keine Sonderausgabe gab. Die digitalen Angebote BILDplus und WELTplus kamen im dritten Quartal zusammen auf mehr als 550.000 zahlende Abonnenten. Positiv entwickelte sich auch UPDAY, das im Berichtszeitraum durchgängig profitabel war.

Das bereinigte Segment-EBITDA blieb mit EUR 79,8 Mio. um 51,7 Prozent unter dem Vorjahreswert (Vj.: EUR 165,1 Mio.). Dieser Rückgang wird neben der rückläufigen Erlösentwicklung insbesondere durch die Rückstellungen für die angekündigten umfangreichen Restrukturierungsmaßnahmen im Bereich News Media National getrieben. Diese werden allerdings flankiert von geplanten Wachstumsinvestitionen in Höhe von mehr als EUR 100 Mio. über einen Zeitraum von drei Jahren in die Zukunft der Marken BILD und WELT mit Video, Sport und Paid Content. Konsolidierungs- und Währungseffekte spielten eine untergeordnete Rolle. Der organische Rückgang des bereinigten EBITDA lag bei 50,3 Prozent. Das bereinigte EBIT im Segment News Media sank um 73,4 Prozent von EUR 113,3 Mio. auf EUR 30,2 Mio., organisch war ein Rückgang um 72,0 Prozent zu verzeichnen.

Die Erlöse des Segments Marketing Media lagen aufgrund des im vergangenen Jahr vollzogenen Verkaufs von aufeminin konsolidierungsbedingt mit EUR 300,7 Mio. 2,0 Prozent unter Vorjahresniveau (Vj.: EUR 306,8 Mio.). Unter Berücksichtigung von Konsolidierungs- und Währungseffekten erreichte das Segment einen deutlichen Umsatzanstieg um 9,8 Prozent. Dieses kräftige organische Wachstum wurde durch die starke Entwicklung von idealo sowie der AWIN-Gruppe im Berichtszeitraum getrieben.

Das bereinigte EBITDA der Marketing Media übertraf den Vorjahreswert mit EUR 71,5 Mio. um 14,0 Prozent (Vj.: EUR 62,7 Mio.). Organisch stieg der Wert um 22,6 Prozent. Mit einer bereinigten EBITDA-Rendite von 23,8 Prozent verbesserte sich das Segment im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls deutlich (Vj.: 20,4 Prozent). Das bereinigte EBIT im Segment Marketing Media stieg um 17,7 Prozent von EUR 45,2 Mio. auf EUR 53,1 Mio., organisch erhöhte es sich um 30,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert.

Seite 9 der Quartalsmitteilung

6. November 2019

Kontakt:

Daniel Fard-Yazdani
Axel Springer SE
+49 30 2591 77425
daniel.fard-yazdani@axelspringer.de

Über Axel Springer

Axel Springer ist ein Medien- und Technologieunternehmen und in mehr als 40 Ländern aktiv. Mit den Informationsangeboten ihrer vielfältigen Medienmarken (u. a. BILD, WELT, BUSINESS INSIDER, POLITICO Europe) und Rubrikenportalen (StepStone und AVIV Group) hilft die Axel Springer SE Menschen, freie Entscheidungen für ihr Leben zu treffen. Der Wandel vom traditionellen Printmedienhaus zu Europas führendem Digitalverlag ist heute erfolgreich abgeschlossen. Das nächste Ziel ist gesteckt: Durch beschleunigtes Wachstum will Axel Springer Weltmarktführer im digitalen Journalismus und bei den digitalen Rubrikenangeboten werden. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Berlin und beschäftigt mehr als 16.000 Mitarbeiter weltweit.