

PRESSEMITTEILUNG

Ströer erweitert Onlineportfolio um Technologieführer zur exakten Identifizierung von Zielgruppen

- **Landmark Deal für die Ströer Onlinestrategie**
- **Proprietäre Technologien liefern Wettbewerbsvorteile bei der Echtzeitanalyse von Big Data**
- **Stärkung des Branding Geschäfts für Premium Publisher**

Köln, 29. August 2013 Die Ströer Media AG übernimmt über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft Ströer Digital Group GmbH die in Berlin ansässige mbr targeting GmbH und erweitert ihr Onlineportfolio um einen wichtigen Baustein. Dieser erlaubt die exakte Identifizierung von Online-Zielgruppen, die Auslieferung von transaktionsbasierten Performance Kampagnen sowie die Generierung von Neukunden im digitalen Bereich. Der wissenschaftlich fundierte und innovative Targeting-Anbieter mbr verfügt über proprietäre Technologien in bedeutenden Schlüsselbereichen. Für die Ströer Media AG ergeben sich mit der Übernahme in Zukunft zusätzliche Möglichkeiten für eine sehr genaue Zielgruppenansprache in der Onlinevermarktung sowie für die Internationalisierung ihres Onlinegeschäfts.

„Mit diesem strategischen Landmark Deal setzen wir explizit auf die Technologieführerschaft von Ströer im deutschen Onlinemarkt“, so Udo Müller, Vorstandsvorsitzender der Ströer Media AG. „Die Targeting-Technologie und die Experten von mbr werden uns zusammen mit unseren Entwicklern in Neuseeland, Deutschland und Tschechien entscheidende Wettbewerbsvorteile hinsichtlich Big Data liefern. Mit der Übernahme von mbr können wir, unserer Einschätzung nach, das beste Data Science Team im deutschen Markt verpflichten. Insgesamt besteht

unsere Online-Entwicklungsabteilung nun aus über 60 Technikern, was uns ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal verschafft. Mit unseren auf Performance ausgerichteten Produkten werden wir uns entscheidend in der Onlinevermarktung differenzieren und können zukünftig die gesamte digitale Wertschöpfungskette vom Adserver über Demand und Supply Side Platform, Real Time Bidding und Adexchange bis hin zum Targeting mit proprietärer Technologie abbilden. Die Akquisition von mbr rundet diese Entwicklung ab.“

Neben dem für Ströer zentralem Premium Publisher Geschäft entwickelt sich der Onlinewerbemarkt durch Auswertung von großen Datenmengen (Big Data) immer mehr in Richtung Performance — weg von content-zentrierter hin zu consumer-zentrierter Werbung. Von den Vermarktern wird eine immer zielgenauere Aussteuerung und ein professionelles Datenmanagement verlangt. Der Markt für Big Data steht in Deutschland jedoch erst am Anfang. Aus diesem Grund ist die proprietäre Targetingtechnologie von mbr ein Schlüsselement in Ströers Onlinestrategie. Die Leistungen von mbr werden aber weiterhin auch Dritten angeboten.

mbr's Consumer Action Mining (CAM) Algorithmus zur Verarbeitung von großen Datenmengen in Echtzeit wurde aus der bio-physikalischen Forschung komplexer Systeme abgeleitet und in den letzten elf Jahren an Universitäten in Deutschland und den USA weiterentwickelt. Die Software sammelt anonymisierte Daten zu Nutzeraktionen und leitet in Echtzeit Konsumenten-Produkt-Beziehungen ab. Warenkörbe, Kundengruppen und Zielgruppen werden nicht vorher definiert, sondern rein anhand der Datenlage berechnet. Damit bietet mbr targeting einen einzigartigen automatischen und user-zentrierten Targeting-Algorithmus an.

CAM ist damit weniger fehleranfällig, dynamischer und effizienter als verfügbare Technologien. Die daraus resultierende Performancesteigerung in allen relevanten Messgrößen führt zu einer Win-Win-Situation zwischen Publisher und Advertiser. Ströer besitzt damit ein weiteres wichtiges Tool, um Premium Content von Premium Publishern zukünftig noch besser

kapitalisieren zu können. Wichtig ist dies vor allem vor dem Hintergrund kontinuierlich steigender Performanceanforderungen der Kunden auch bei Branding Kampagnen. Eingehende Tests mit dem CAM Algorithmus auf Ströers bestehenden Online-Plattformen zeigten bereits exzellente Ergebnisse mit Werten, die weit über den Marktstandards liegen.

Bei mbr targeting handelt es sich um ein Start Up Unternehmen, mit anlaufender Geschäftstätigkeit. Im ersten Schritt wird Ströer 79,1 Prozent der mbr targeting GmbH von verschiedenen Gesellschaftergruppen übernehmen. Der Vollzug der Übernahme wird, abhängig von der Erfüllung bestimmter Nebenbedingungen, für Anfang Oktober erwartet. Mit Pablo Metz und Christoph Tavan wird das mbr-Gründerteam weiterhin geschäftsführende Positionen im Unternehmen besetzen und ist über Kapitalbeteiligungen direkt am Unternehmenserfolg beteiligt.

Über Ströer

Die Ströer Media AG ist einer der führenden Anbieter für Out of Home und Online Werbung und bietet den werbetreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit auf dem Gebiet der digitalen Medien bei Innovation und Qualität in Europa neue Maßstäbe und eröffnet werbungstreibenden damit neue und innovative Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet über 280.000 Out-of-Home Werbeflächen und mehrere tausend Webseiten. Mit einem Konzernumsatz von 560 Millionen Euro für das Gesamtjahr 2012 zählt die Ströer Media AG gemessen an den Umsätzen zu den größten Anbietern von Außenwerbung in Europa.

Die Ströer-Gruppe beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.de

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer Media AG
Leiter Konzern-Kommunikation
Ströer Allee 1 . D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: mksausen@stroeer.de

Investor Relations Kontakt

Dafne Sanac
Ströer Media AG
Manager Investor Relations
Ströer Allee 1 D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: ir@stroeer.de