

**STRÖER**

STRÖER MEDIA AG

AUSSEN  
WERBUNG  
INNEN  
WIRKUNG

JAHRESABSCHLUSS 2012

# Ströer Media AG (vormals: Ströer Out-of-Home Media AG), Köln

## Bilanz zum 31. Dezember 2012

## AKTIVA

	31.12.2012 EUR	31.12.2011 EUR
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.350.201,74	918.575,09
Geleistete Anzahlungen	3.910.384,67	0,00
	<b>6.260.586,41</b>	<b>918.575,09</b>
Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.463.822,85	1.543.495,95
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	95.283,29	654.661,09
	<b>2.559.106,14</b>	<b>2.198.157,04</b>
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	348.462.790,84	348.462.790,84
Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	95.249.259,74	90.564.569,90
Sonstige Ausleihungen	0,00	372.334,04
	<b>443.712.050,58</b>	<b>439.399.694,78</b>
	<b>452.531.743,13</b>	<b>442.516.426,91</b>
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.080,15	1.488,69
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	35.877.255,12	45.115.690,81
Sonstige Vermögensgegenstände	5.409.600,26	3.184.547,23
	<b>41.290.935,53</b>	<b>48.301.726,73</b>
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	3.017.315,68	110.585.107,54
	<b>44.308.251,21</b>	<b>158.886.834,27</b>
<b>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</b>	<b>3.393.193,71</b>	<b>473.088,48</b>
	<b>500.233.188,05</b>	<b>601.876.349,66</b>

## PASSIVA

	31.12.2012 EUR	31.12.2011 EUR
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Gezeichnetes Kapital	42.098.238,00	42.098.238,00
- Bedingtes Kapital: EUR 11.776.000,00 (Vorjahr: EUR 11.776.000,00)		
Kapitalrücklage	298.921.773,64	298.921.773,64
Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	46.459.274,92	20.416.342,52
Bilanzgewinn	39.986.719,34	46.042.932,40
	<b>427.466.005,90</b>	<b>407.479.286,56</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	30.629,00	28.190,00
Steuerrückstellungen	12.093.147,38	8.825.012,38
Sonstige Rückstellungen	9.466.206,42	8.190.548,85
	<b>21.589.982,80</b>	<b>17.043.751,23</b>
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	29.013.680,59	10.883.833,22
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 4.013.680,59 (Vorjahr: EUR 333.833,22)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.418.289,15	1.733.526,09
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 3.418.289,15 (Vorjahr: EUR 1.733.526,09)		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	982.108,00	131.913.567,95
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 982.108,00 (Vorjahr: EUR 131.913.567,95)		
Sonstige Verbindlichkeiten	1.099.417,34	12.141.622,61
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 1.099.417,34 (Vorjahr: EUR 1.341.622,61)		
- davon aus Steuern: EUR 323.347,87 (Vorjahr: EUR 405.017,43)		
	<b>34.513.495,08</b>	<b>156.672.549,87</b>
<b>PASSIVE LATENTE STEUERN</b>	<b>16.663.704,27</b>	<b>20.680.762,00</b>
	<b>500.233.188,05</b>	<b>601.876.349,66</b>

## Ströer Media AG (vormals: Ströer Out-of-Home Media AG), Köln Gewinn- und Verlustrechnung für 2012

	2012 EUR	2011 EUR
Andere aktivierte Eigenleistungen	398.922,56	0,00
Sonstige betriebliche Erträge	21.345.706,08	20.486.074,99
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung: EUR 1.078,12 (Vorjahr: EUR 875,75)		
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-13.929.360,86	-12.594.765,27
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-1.423.065,64	-1.363.742,24
- davon für Altersversorgung: EUR 26.978,76 (Vorjahr: EUR 47.707,25)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-1.503.858,87	-1.344.986,99
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-20.198.090,08	-19.724.595,47
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung: EUR 14.668,29 (Vorjahr: EUR 5.025,04)		
Erträge aus Beteiligungen	740.057,54	0,00
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 740.057,54 (Vorjahr: EUR 0,0)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	30.395.753,75	41.545.865,16
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	7.870.844,57	8.746.675,34
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 7.866.810,93 (Vorjahr: EUR 8.708.588,26)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	275.180,56	618.764,63
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 15.229,74 (Vorjahr: EUR 0,00)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	-74.012,93
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.378.160,74	-4.821.478,72
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 262.079,75 (Vorjahr: EUR 1.004.772,67)		
- davon Aufwendungen aus der Abzinsung: EUR 1.635,58 (Vorjahr: EUR 1.574,37)		
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>19.593.928,87</b>	<b>31.473.798,50</b>
Außerordentliche Aufwendungen	-873,00	-67,00
- davon Aufwendungen aus der Anwendung der Art. 66 und 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB (Übergangsvorschriften zum BilMoG): EUR 873,00 (Vorjahr: EUR 67,00)		
<b>Außerordentliches Ergebnis</b>	<b>-873,00</b>	<b>-67,00</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	570.584,37	-5.361.003,39
- davon Ertrag/Aufwand aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern: EUR 4.017.057,13 Ertrag (Vorjahr: EUR 821.239,00 Ertrag)		
Sonstige Steuern	-176.920,90	-69.795,71
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>19.986.719,34</b>	<b>26.042.932,40</b>
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	46.042.932,40	40.325.425,53
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-26.042.932,40	-20.325.425,53
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>39.986.719,34</b>	<b>46.042.932,40</b>

## Ströer Media AG (vormals: Ströer Out-of-Home Media AG), Köln Anhang für 2012

---

### A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer Media AG, Köln, (vormals „Ströer Out-of-Home Media AG“, im Folgenden „Ströer AG“, „Gesellschaft“ oder „SOH“) ist mit Satzung vom 29. Mai 2002 gegründet worden. Die Eintragung in das Handelsregister B erfolgte am 29. Juli 2002 unter Nr. HRB 41548.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des AktG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

### B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen unverändert die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Die **immateriellen Vermögensgegenstände** und **Sachanlagen** des Anlagevermögens werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer linear abgeschrieben.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

- |                                                                                                                                           |              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| ■ Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 3 Jahre      |
| ■ Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung                                                                                      | 3 - 13 Jahre |

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden und wurden als sofort abgegangen unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewandt. Der Sammelposten wird pauschalierend jeweils mit 20 Prozent p.a. im Zugangsjahr und in den vier darauf folgenden Jahren abge-

schrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultierten Abschreibungen in Höhe von TEUR 50 (Vj.: TEUR 45).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt. Unverzinslich oder niedrig verzinsliche Ausleihungen wurden auf den Barwert abgezinst.

**Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände** werden zum Nennwert angesetzt. Risikobehafteten Posten wurde durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen, während das allgemeine Kreditrisiko durch pauschale Abschläge berücksichtigt worden ist. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Forderungen mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr wurden abgezinst.

Als **Rechnungsabgrenzungsposten** werden auf der Aktivseite Ausgaben vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Aufwand für eine bestimmte Zeit danach darstellen.

Die **Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen** werden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren unter Verwendung der "Richttafeln 2005 G" ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 5,06 Prozent gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen wurden mit 2,0 Prozent und erwartete Rentensteigerungen mit 1,0 Prozent berücksichtigt. Es wurde keine Fluktuation berücksichtigt.

Der sich aus der Änderung der Rückstellungsbilanzierung nach §§ 249 Abs. 1 Satz 1, 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) ergebende Zuführungsbetrag wurde im Geschäftsjahr 2012 in Höhe von TEUR 1 vollständig zugeführt.

Die ausschließlich der Erfüllung der Altersversorgungsverpflichtungen dienenden, dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogenen Vermögensgegenstände (Deckungsvermögen i.S.d. § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB) wurden mit ihrem beizulegenden Zeitwert mit den Rückstellungen verrechnet. Die Bewertung der Rückdeckungsversicherung erfolgte nach versicherungsmathematischen Grundsätzen.

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie wurden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (d. h. einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden abgezinst.

**Verbindlichkeiten** werden zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Für die Ermittlung **latenter Steuern**, die aus temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge resultieren, werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet ausgewiesen.

Auf **fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten** werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurde dabei das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der SOH im Wege der Vollkonsolidierung einbezogen werden.

## C. Erläuterungen zur Bilanz

### 1. Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			NETTOBUCHWERTE			
	1.1.2012 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2012 EUR	1.1.2012 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2012 EUR	31.12.2012 EUR	31.12.2011 EUR
<b>IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE</b>											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.254.171,27	2.316.551,05	21.497,43	0,00	6.549.224,89	3.335.596,18	882.137,10	18.710,13	4.199.023,15	2.350.201,74	918.575,09
Geleistete Anzahlungen	0,00	3.910.384,67	0,00	0,00	3.910.384,67	0,00	0,00	0,00	0,00	3.910.384,67	0,00
	<b>4.254.171,27</b>	<b>6.226.935,72</b>	<b>21.497,43</b>	<b>0,00</b>	<b>10.459.609,56</b>	<b>3.335.596,18</b>	<b>882.137,10</b>	<b>18.710,13</b>	<b>4.199.023,15</b>	<b>6.260.586,41</b>	<b>918.575,09</b>
<b>SACHANLAGEN</b>											
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.951.975,31	939.357,48	100.547,76	612.393,69	6.403.178,72	3.408.479,36	621.721,77	90.845,26	3.939.355,87	2.463.822,85	1.543.495,95
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	654.661,09	61.894,66	8.878,77	-612.393,69	95.283,29	0,00	0,00	0,00	0,00	95.283,29	654.661,09
	<b>5.606.636,40</b>	<b>1.001.252,14</b>	<b>109.426,53</b>	<b>0,00</b>	<b>6.498.462,01</b>	<b>3.408.479,36</b>	<b>621.721,77</b>	<b>90.845,26</b>	<b>3.939.355,87</b>	<b>2.559.106,14</b>	<b>2.198.157,04</b>
<b>FINANZANLAGEN</b>											
Anteile an verbundenen Unternehmen	349.026.654,91	0,00	0,00	0,00	349.026.654,91	563.864,07	0,00	0,00	563.864,07	348.462.790,84	348.462.790,84
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	90.564.569,90	4.684.689,84	0,00	0,00	95.249.259,74	0,00	0,00	0,00	0,00	95.249.259,74	90.564.569,90
Sonstige Ausleihungen	372.334,04	4.033,64	376.367,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	372.334,04
	<b>439.963.558,85</b>	<b>4.688.723,48</b>	<b>376.367,68</b>	<b>0,00</b>	<b>444.275.914,65</b>	<b>563.864,07</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>563.864,07</b>	<b>443.712.050,58</b>	<b>439.399.694,78</b>
	<b>449.824.366,52</b>	<b>11.916.911,34</b>	<b>507.291,64</b>	<b>0,00</b>	<b>461.233.986,22</b>	<b>7.307.939,61</b>	<b>1.503.858,87</b>	<b>109.555,39</b>	<b>8.702.243,09</b>	<b>452.531.743,13</b>	<b>442.516.426,91</b>

**a) Immaterielle Vermögensgegenstände**

Unter den Posten „Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten“ sowie „Geleistete Anzahlungen“ werden vor allem Ausgaben für den Erwerb von Software ausgewiesen.

**b) Finanzanlagen**

Die Veränderung der Finanzanlagen ist im Wesentlichen auf Zugänge bei den Ausleihungen an verbundene Unternehmen zurückzuführen, die in Höhe von TEUR 2.685 aus Zinsforderungen des Geschäftsjahrs 2012 gegenüber der Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau/Polen, sowie in Höhe von TEUR 2.000 aus der Erhöhung der Ausleihung gegenüber der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, resultieren.

**2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände**

	31.12.2012 TEUR	31.12.2011 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4	1
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	35.877	45.116
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	5.410	3.185
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	-533	-555
	41.291	48.302

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultierten in Höhe von TEUR 30.396 (Vj.: TEUR 41.546) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SMD“) sowie in Höhe von TEUR 2.628 (Vj.: TEUR 0) aus Cash-Pooling und in Höhe von TEUR 2.853 (Vj.: TEUR 3.570) aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr. In den sonstigen Vermögensgegenständen wurden vor allem Steuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 4.714 (Vj.: TEUR 2.755) sowie Kautionen in Höhe von TEUR 326 (Vj.: TEUR 329) ausgewiesen.

### 3. Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthalten im Wesentlichen Gebühren für Banken und Berater im Rahmen der neuen Refinanzierung in Höhe von TEUR 2.836 (Vj.: TEUR 206), die über die Laufzeit des in 2012 neu abgeschlossenen Darlehens bis zum 27. Juli 2017 ratierlich aufgelöst werden. Wir verweisen auch auf unsere Erläuterungen unter 8. a) iii).

### 4. Eigenkapital

#### a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt unverändert TEUR 42.098.

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 42.098.238 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von 1 EUR, die voll eingezahlt sind.

#### *Genehmigtes Kapital I*

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 12. Juli 2015 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu TEUR 18.938 durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital I).

Den Aktionären ist grundsätzlich ein Bezugsrecht einzuräumen. Das gesetzliche Bezugsrecht kann auch in der Weise gewährt werden, dass die neuen Aktien von einem Kreditinstitut oder einem nach § 53 Abs. 1 S. 1 oder nach § 53b Abs. 1 S. 1, Abs. 7 des Gesetzes über das Kreditwesen tätigen Unternehmen mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären mittelbar im Sinne von § 186 Abs. 5 AktG zum Bezug anzubieten. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre mit Zustimmung des Aufsichtsrats für eine oder mehrere Kapitalerhöhungen im Rahmen des Genehmigten Kapitals I auszuschließen,

- (i) um Spitzenbeträge von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen;
- (ii) wenn die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen erfolgt, insbesondere – aber ohne Beschränkung hierauf – zum Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- (iii) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenkurs der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags nicht wesentlich im Sinne der §§ 203

Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 S. 4 AktG unterschreitet und der auf die nach dieser Ziffer (iii) unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegebenen neuen Aktien entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreitet, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung, noch im Zeitpunkt ihrer Ausübung. Auf diesen Höchstbetrag ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf neue oder eigene Aktien entfällt, die seit dem 13. Juli 2010 unter vereinfachtem Bezugsrechtsausschluss gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegeben oder veräußert worden sind, sowie der anteilige Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien entfällt, auf die sich Options- und/oder Wandlungsrechte bzw. -pflichten aus Schuldverschreibungen oder Genussrechten beziehen, die seit dem 13. Juli 2010 in entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegeben worden sind; und/oder

- (iv) soweit dies erforderlich ist, um Inhabern von Optionsscheinen oder Gläubigern von Wandelschuldverschreibungen oder Genussrechten mit Wandlungs- oder Optionsrecht, die von der Gesellschaft oder von ihr abhängigen oder in ihrem Mehrheitsbesitz stehenden Unternehmen ausgegeben werden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Options- oder Wandlungsrechte oder nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustünde.

Über den weiteren Inhalt der Aktienrechte, den Ausgabebetrag, das für die neuen Aktien zu zahlende Entgelt und die sonstigen Bedingungen der Aktienausgabe entscheidet der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats.

### ***Bedingtes Kapital***

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu TEUR 11.776 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zudem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- und Optionspreisen. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten Gebrauch gemacht wird oder wie die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen und soweit nicht ein Barausgleich gewährt oder eigene Aktien oder neue Aktien aus einer Ausnutzung eines genehmigten Kapitals zur Bedienung eingesetzt werden. Die neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- bzw. Wand-

lungsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung mit Zustimmung des Aufsichtsrats festzusetzen.

**b) Kapitalrücklage**

Die Gesellschaft verfügt zum Bilanzstichtag über eine Kapitalrücklage in Höhe von TEUR 298.922 (davon TEUR 264.471 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB und TEUR 34.451 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB), die 10 Prozent des Grundkapitals übersteigt.

**c) Gewinnrücklagen**

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Juni 2012 wurden TEUR 26.043 aus dem Bilanzgewinn 2011 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

**d) Bilanzgewinn**

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 21. Juni 2012 wurden TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2011 auf neue Rechnung vorgetragen.

**5. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen**

Für ein Vorstandsmitglied hat die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2010 eine Versorgungszusage ausgesprochen. Diese Versorgungszusage wird jedoch vollständig durch Entgeltumwandlung durch das Vorstandsmitglied selbst finanziert, sodass der Gesellschaft hieraus keine zusätzlichen Aufwendungen entstehen. Die Höhe der Rückstellung für Pensionen entspricht in voller Höhe der Rückdeckungsversicherung. Der Wert der Rückdeckungsversicherung beträgt zum 31. Dezember 2012 TEUR 639 (Vj.: TEUR 571). In 2012 wurden Aufwendungen und Erträge in Höhe von TEUR 68 verrechnet.

Ferner wurden in der SOH Rückstellungen für Pensionen in Höhe von TEUR 31 gebildet. Der sich im Rahmen der Anwendung der Regelungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) ergebende Fehlbetrag wurde im Geschäftsjahr 2012 vollständig in Höhe von TEUR 1 zugeführt.

**6. Steuerrückstellungen**

Die Steuerrückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 7.258 (Vj.: TEUR 5.379), Rückstellungen für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 4.637 (Vj.: TEUR 3.396) sowie Rückstellungen für Sonstige Steuern in Höhe von TEUR 198 (Vj.: TEUR 50).

## 7. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Drohende Verluste aus Zinssicherungsgeschäften	3.342
Personalarückstellungen	3.331
Ausstehende Rechnungen	1.876
Rückstellung für potenzielle Schadenersatzleistungen	500
Abschluss- und Prüfungskosten	360
Übrige	57
<b>Summe</b>	<b>9.466</b>

## 8. Verbindlichkeiten

Die Aufgliederung der unbesicherten Verbindlichkeiten nach ihren Restlaufzeiten ergibt sich aus dem folgenden Verbindlichkeitspiegel:

	Gesamt- Betrag TEUR	davon mit einer Restlaufzeit		
		bis zu einem Jahr TEUR	von ein bis fünf Jahren TEUR	über fünf Jahre TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	29.014 <i>(Vj. 10.884)</i>	4.014 <i>(Vj. 334)</i>	25.000 <i>(Vj. 10.550)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.418 <i>(Vj. 1.734)</i>	3.418 <i>(Vj. 1.734)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	982 <i>(Vj. 131.913)</i>	982 <i>(Vj. 131.913)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Sonstige Verbindlichkeiten	1.099 <i>(Vj. 12.142)</i>	1.099 <i>(Vj. 1.342)</i>	0 <i>(Vj. 10.800)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
	<b>34.513</b> <i>(Vj. 156.673)</i>	<b>9.513</b> <i>(Vj. 135.323)</i>	<b>25.000</b> <i>(Vj. 21.350)</i>	<b>0</b> <i>(Vj. 0)</i>

**a) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten****i) Darlehensverbindlichkeit**

Am 27. Juli 2012 haben die SOH und die SMD ein syndiziertes Darlehen in einem Volumen von insgesamt TEUR 500.000 (einschließlich Kreditlinie) bei einem Bankenkonsortium aufgenommen („Facility Agreement“). Das Konsortium steht unter der Führung der Commerzbank AG, Filiale Luxemburg, als Kreditagent und besteht aus insgesamt zehn Geschäftsbanken. Durch dieses Darlehen wurde die zuvor bestehende Finanzierung abgelöst. Der syndizierte Kredit hat eine Laufzeit von 5 Jahren bis zum 27. Juli 2017 und ist in eine so genannte Term Loan Tranche in Höhe von TEUR 275.000 und eine Revolving Credit Facility (RCF) Tranche (Kreditlinie) in Höhe von TEUR 225.000 aufgeteilt. Er wird mit einer variablen Marge auf den jeweiligen EURIBOR-Referenzzinssatz verzinst. Dabei hängt die zu zahlende Marge von definierten Finanzkennzahlen und von der Form des Kreditproduktes (Term Loan oder RCF) ab und bewegt sich zwischen 175 bps und 360 bps. Zum 31. Dezember 2012 beträgt die Marge 310 bps für den Term Loan und 260 bps für die RCF Tranche.

Während der Term Loan der SMD zugeordnet ist, verfügt die SOH über die RCF Tranche, welche sie zum 31. Dezember 2012 in Höhe von TEUR 28.641 in Anspruch genommen hat. Die nächste Zinszahlung für die RCF Tranche erfolgt am 2. Mai 2013.

**ii) Zinsen aus dem Facility Agreement**

Zum Ende des Geschäftsjahres steht die Zinsabrechnung für den Zeitraum vom 2. November 2012 bis 2. Mai 2013 für die RCF Tranche noch aus. Hierfür wird zum Bilanzstichtag eine Zinsverbindlichkeit in Höhe von TEUR 125 ausgewiesen.

**iii) Gebühren aus dem Facility Agreement**

Im Rahmen der Aufnahme der neuen Refinanzierung sind Gebühren für Banken und Berater in Höhe von TEUR 6.875 angefallen. Die SOH hat hiervon entsprechend des von ihr übernommenen Anteils an der Refinanzierung einen Betrag in Höhe von TEUR 3.094 wirtschaftlich getragen und aktiviert. Der Betrag wird über die Laufzeit des Facility Agreement linear abgeschrieben. Er beläuft sich zum 31. Dezember 2012 auf TEUR 2.836.

**b) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen**

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren ausschließlich in Höhe von TEUR 982 (Vj.: TEUR 2.126) aus Lieferungen und Leistungen. Im Vorjahr bestand eine zusätzliche Verbindlichkeit aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des SOH-Konzerns in Höhe von TEUR 129.787.

**c) Sonstige Verbindlichkeiten**

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten insbesondere Zinsverbindlichkeiten, die in Höhe von TEUR 752 auf Zinsswap-Geschäfte zurückzuführen sind. Weiterhin bestehen zum Bilanzstichtag Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von TEUR 323.

**9. Latente Steuern**

Latente Steuern auf Ebene der SOH (steuerlicher Organträger) werden mit einem Steuersatz von unverändert 32,45 Prozent berechnet. Dieser setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent, dem Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent und einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 16,6 Prozent.

Nach Verrechnung der aktiven mit den passiven latenten Steuern bilanziert die Gesellschaft einen Überhang an passiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 16.664 (Vj.: TEUR 20.681). Die passiven latenten Steuern resultieren unverändert aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers SOH. Wesentliche Elemente sind hierbei die steuerlich abweichende Handhabung des Beteiligungsbuchwerts einer Tochtergesellschaft sowie abweichende steuerliche Buchwerte bilanzierter Nutzungsrechte. Die zur Verrechnung genutzten latenten Steueransprüche in Höhe von TEUR 24.411 (Vj.: TEUR 29.899) resultieren maßgeblich aus steuerlich nutzbaren Verlustvorträgen und aus dem Zinsvortrag zum 31. Dezember 2012.

Einzelheiten zur Saldierung der latenten Steuern ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

in TEUR	31.12.2012		31.12.2011	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	0	10.764	0	13.819
Sachanlagen	119	68	108	260
Finanzanlagen	0	28.063	0	34.321
Pensionsrückstellungen	198	0	137	0
Sonstige Rückstellungen	3.945	2.180	4.388	2.180
Verbindlichkeiten	62	0	0	0
<b>Latente Steuern</b>	<b>4.324</b>	<b>41.075</b>	<b>4.633</b>	<b>50.580</b>
Zinsvorträge	11.428	0	10.750	0
Verlustvorträge	8.659	0	14.516	0
<b>Gesamt</b>	<b>24.411</b>	<b>41.075</b>	<b>29.899</b>	<b>50.580</b>
Saldierung	-24.411	-24.411	-29.899	-29.899
<b>Bilanzansatz</b>	<b>0</b>	<b>16.664</b>	<b>0</b>	<b>20.681</b>

Zum 31. Dezember 2012 bestehen steuerliche Verlustvorträge für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 50.620 (Vj.: TEUR 63.970) und für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 3.900 (Vj.: TEUR 24.457). Darüber hinaus besteht ein Zinsvortrag zum 31. Dezember 2012 in Höhe von TEUR 35.218 (Vj.: TEUR 34.134). Unter Berücksichtigung der steuerlich nutzbaren Verlustvorträge, der Mindestbesteuerung im Jahr 2012 sowie der aktiven latenten Steuern auf den bestehenden Zinsvortrag ergibt sich eine Steuerquote für die SOH in Höhe von -2,91 Prozent.

## D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 1. Andere aktivierte Eigenleistungen

Im Rahmen der Anschaffung einer einheitlichen IT-Anwendungslandschaft im Ströer Konzern wurden im Geschäftsjahr 2012 Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 399 (Vj.: TEUR 0) aktiviert.

### 2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	<b>2012</b>
	<b>TEUR</b>
Erträge aus kaufmännischen und technischen Serviceleistungen	16.913
Erträge aus weiterberechneten Kosten	3.274
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.054
Übrige Erträge	105
	<b>21.346</b>

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultieren in erster Linie aus der Auflösung von Rückstellungen für Tantieme 2011 in Höhe von TEUR 656.

In den übrigen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 69 im Wesentlichen aus der Erstattung von Mitarbeiter-Reisekosten für die Jahre 2007 bis 2010 enthalten.

### 3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere EDV-Kosten (TEUR 5.274), Rechts- und Beratungskosten (TEUR 4.177), Aufwendungen, die an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden (TEUR 3.274), Reisekosten (TEUR 894), Produktentwicklungskosten (TEUR 832), Raumkosten (TEUR 691), sowie kaufmännische Serviceleistungen von Konzerngesellschaften (TEUR 433).

### 4. Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen resultieren in erster Linie aus einer Ausschüttung der blowUP Media UK Ltd., London/Großbritannien, in Höhe von TEUR 736 an die SOH gemäß Gesellschafterbeschluss vom 17. Dezember 2012.

## 5. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen ergeben sich aus der Vereinnahmung des Jahresergebnisses der SMD. Die Gesellschaft hat mit Wirkung zum 1. Januar 2010 einen entsprechenden Gewinnabführungsvertrag abgeschlossen.

## 6. Außerordentliche Aufwendungen

Aus der Anwendung von Art. 66 und 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB (Übergangsvorschriften zum BilMoG) resultieren außerordentliche Aufwendungen in Höhe von EUR 873 im Zusammenhang mit der Anpassung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen. Der sich im Rahmen der Anwendung der Regelungen des BilMoG ergebende Fehlbetrag wurde im Geschäftsjahr 2012 vollständig zugeführt, sodass in den Folgejahren aus diesem Sachverhalt keine außerordentlichen Aufwendungen mehr resultieren.

## 7. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Aufgrund der Eigenschaft der Gesellschaft als Organträger werden alle Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf sie übertragen. Dabei entsteht durch gewerbsteuerliche Hinzurechnungen, Abzugsbeschränkungen für Zinsaufwendungen sowie die Regelungen über die Mindestbesteuerung ein zu versteuerndes Einkommen.

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Körperschaftsteuer inkl. Solidaritätszuschlag in Höhe von TEUR 1.237 sowie Aufwendungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 2.308. Des Weiteren beinhalten sie Erträge für die Bildung latenter Steuern in Höhe von TEUR 4.017.

## E. Sonstige Angaben

### 1. Kapitalflussrechnung

	2012 TEUR	2011 TEUR
<b>1. Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten und vor Ergebnisabführung/Ergebnisübernahme	19.988	26.043
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	1.504	1.419
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	5.599	5.963
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-35.095	-42.824
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	19	249
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	29.882	32.376
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	2.593	1.744
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>24.490</b>	<b>24.970</b>
<b>2. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	1	2
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-1.001	-807
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	1	2
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-6.227	-363
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	376	97
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-84	-11.634
<b>Cash-Flow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-6.934</b>	<b>-12.703</b>
<b>3. Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>		
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	-132.415	55.546
Einzahlung (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	38.641	0
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	-31.350	0
<b>Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-125.124</b>	<b>55.546</b>
<b>4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 - 3)	-107.568	67.813
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	110.585	42.772
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	3.017	110.585
<b>5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Liquide Mittel	3.017	110.585
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	3.017	110.585

## 2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

### a) Haftungsverhältnisse

Im Rahmen des neuen Darlehensvertrags zwischen der SOH, der SMD (beide Darlehensnehmer) sowie weiteren Gesellschaften der Ströer Gruppe (Garantors) und dem Bankenkonsortium haftet die Gesellschaft als Vertragspartner (Garantor) des Facility Agreement im Sinne eines selbständigen Garantieverprechens gesamtschuldnerisch für die Darlehensverbindlichkeiten der SMD in Höhe von TEUR 275.000.

Die im Rahmen der bisherigen Finanzierung gewährten Kreditsicherheiten in Form von Abtretungen und Verpfändungen wurden durch das neue Bankenkonsortium freigegeben.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Ströer DERG Media GmbH, Kassel, hat die SOH gegenüber der Deutsche Bahn AG eine unbefristete Bürgschaft für die Verpflichtungen der Ströer DERG Media GmbH aus dem Werbeflächenvertrag abgegeben. Insbesondere sind davon Aufwendungen für Werbeträger betroffen, die für die Einführung und den Betrieb von elektronischen Echtzeitsystemen zur Information und Unterhaltung sowie der Aufwertung von bestehenden Werbeträgern vorgesehen sind. Das sich hieraus ableitende Investitionsvolumen beläuft sich über die langfristige Vertragslaufzeit auf etwa 20 Millionen Euro zuzüglich laufender Kosten für Betrieb, Wartung und Gemeinkosten. Die Höhe der laufenden Kosten wird einerseits abhängig sein von Umfang und Dauer der Implementierung, andererseits aber auch von der Nutzung bereits bestehender Strukturen der elektronischen Medien innerhalb der Ströer Gruppe.

### b) Gesamtbetrag der sonstigen finanziellen Verpflichtungen, die nicht in der Bilanz erscheinen

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 19.470 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 0). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen unter anderem folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

■ bis zu einem Jahr:	TEUR	1.894
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	6.996
■ größer 5 Jahre:	TEUR	7.570

Die Leasingraten betreffen vorwiegend das Verwaltungsgebäude der Gesellschaft. Der Zweck des Geschäfts liegt in der Vermeidung eines Mittelabflusses und einer Finanzierung, die im Falle eines Gebäudeerwerbs angefallen wäre. Diesem Vorteil stehen fest vereinbarte Zahlungsverpflichtungen über die Laufzeit des Leasingvertrags gegenüber.

Darüber hinaus hat die Gesellschaft sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Mieten von Lager- und Verwaltungsgebäuden. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr:            TEUR    1.080
- 1 – 5 Jahre:                    TEUR    1.358

Zudem hat die Gesellschaft kurzfristige sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von TEUR 572 aus Bestellobligos für Warenlieferungen diverser Lieferanten.

Weiterhin bestehen Verpflichtungen aus gewährten Put-Optionen an Minderheitsgesellschafter, deren Ausübungsbedingungen zum 31. Dezember 2012 nicht erfüllt waren. Der theoretische Wert der aus diesen Optionen resultierenden potentiellen Verbindlichkeiten beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 5.619. Eine Aussage zum Zahlungszeitpunkt ist nicht möglich, da die Gesellschaft keine Kontrolle über die Erfüllung der Ausübungsbedingungen hat.

Die SOH hat am 16. Mai 2012 einen Kaufvertrag über weitere 15 Prozent der Anteile an der blowUP Media GmbH, Köln, abgeschlossen. Der Kauf ist aufschiebend befristet zum 1. Januar 2013 wirksam geworden. Durch diesen Erwerb hat sich der von Ströer gehaltene Anteil von zur Zeit 75 Prozent auf 90 Prozent erhöht. Der Mindestkaufpreis für die zusätzlichen Anteile liegt im mittleren einstelligen Millionenbereich und wurde im Januar 2013 beglichen. Darüber hinaus enthält der Kaufvertrag Kaufpreisanpassungsklauseln, deren Effekt zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden kann, die aber im Falle einer deutlichen positiven Geschäftsentwicklung in den nächsten Jahren zu weiteren Auszahlungen führen können.

Bzgl. der aus dem Erwerb der Ströer Interactive GmbH, Hamburg, der freeXmedia GmbH, Hamburg, sowie der Business Advertising GmbH, Düsseldorf, resultierenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen verweisen wir auf unsere Ausführungen in Abschnitt E.5.

### 3. Derivative Finanzinstrumente

Die ursprünglich im Zusammenhang mit zwei Darlehen abgeschlossenen Zinsswap-Verträge über insgesamt TEUR 40.000 zur Absicherung der aus diesen Darlehen resultierenden Zinsverpflichtungen bestehen trotz neu strukturierter Finanzierung des Konzerns und Rückzahlung der Darlehen in 2012 unverändert fort und laufen zum 1. Januar 2015 aus. Sie stehen in keinem Sicherungszusammenhang.

Kategorie	Art	Umfang TEUR	Zeitwert inkl. Zinsabgrenzung TEUR	Buchwert Bilanzposition
Zinsbezogen	Swap	40.000	TEUR -4.094	TEUR 752 sonstige Verbindlichkeiten TEUR 3.342 sonstige Rückstellungen

Der oben dargestellte beizulegende Zeitwert wurde im Rahmen einer Discounted-Cash-Flow-Methode auf Basis der relevanten Marktdaten (Zinsstrukturkurven) zum Stichtag 31. Dezember 2012 ermittelt.

### 4. Außerbilanzielle Geschäfte

Die Gesellschaft hat betriebliche Funktionen an eine Konzerngesellschaft ausgelagert, die diese Funktionen im Rahmen eines Shared Service Centers für einen wesentlichen Teil der Ströer Konzerngesellschaften übernimmt. Der Zweck des Geschäfts liegt in einer Hebung von Synergieeffekten durch die Zentralisierung und Standardisierung von Prozessabläufen, die zu quantitativen und qualitativen Vorteilen führen. Im Geschäftsjahr 2012 sind der Gesellschaft daraus Aufwendungen in Höhe von insgesamt TEUR 433 entstanden.

### 5. Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Es wurden folgende wesentlichen Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen durchgeführt:

Art der Beziehung	Tochterunternehmen	sonstige nahestehende Unternehmen und Personen
Art des Geschäfts	TEUR	TEUR
Erbringung von Dienstleistungen	900	148
Bezug von Dienstleistungen	258	48
Erbringen sonstiger Leistungen	7.935	0
Bezug sonstiger Leistungen	30	1

Die sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen umfassen Unternehmen, die nicht zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der SOH einbezogen werden, und Gesellschaften, an denen Personen mit einer SOH-Organfunktion beteiligt sind.

Die Gesellschaft erbringt Dienstleistungen aus Produktentwicklungen für Werbeträger, EDV-Leistungen, zentralem Einkauf und Personaldienstleistungen.

Bei dem Bezug von Dienstleistungen handelt es sich im Wesentlichen um Aufwendungen für Weiterberechnungen an Tochtergesellschaften.

Darüber hinaus erbringt die Gesellschaft sonstige Leistungen durch Ausleihungen an ausländische Tochterunternehmen, wofür Zinsen vereinnahmt werden (TEUR 7.867).

Darüber hinaus hat der Ströer Konzern im Jahr 2012 Verträge zum Erwerb von Anteilen an der Ströer Interactive GmbH, der freeXmedia GmbH sowie der Business Advertising GmbH abgeschlossen. An diesen Gesellschaften waren Herr Udo Müller und Herr Dirk Ströer bisher indirekt beteiligt. Der maximale Kaufpreis beträgt insgesamt Mio. 63,1 EUR. Wir verweisen bezüglich weiterer Einzelheiten zum Geschäftszweck der drei Unternehmen sowie zum Inhalt und zur Preisgestaltung im Kaufvertrag auf unsere Ausführungen im Nachtragsbericht.

Hinsichtlich der Geschäfte mit Vorstand und Aufsichtsrat verweisen wir auf unsere Erläuterungen unter E.7.

## **6. Prüfungs- und Beratungsgebühren**

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar im Sinne des § 285 Nr. 17 HGB ist in der entsprechenden Anhangangabe des Konzernabschlusses enthalten.

## 7. Vorstand und Aufsichtsrat

Die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats und die Mitgliedschaft dieser Organe in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten sowie in anderen, Aufsichtsräten vergleichbaren Kontrollgremien ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Name	Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaft in anderen, einem Aufsichtsrat vergleichbaren Kontrollgremien
<b>Vorstand</b>		
Udo Müller, (Vorsitzender)	TARTECH eco industries AG, Berlin	
Alfried Bührdel, (Stellvertretender Vorsitzender)	TARTECH eco industries AG, Berlin	ECE flatmedia GmbH, Hamburg Sparkasse KölnBonn, Köln Stiftung Deutsche Sporthilfe, Frankfurt am Main Kölner Aussenwerbung GmbH, Köln DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld
Dirk Wiedenmann, (Vorstandsmitglied) (bis 31. Dezember 2012)		Fachverband Außenwerbung e.V., Frankfurt am Main Kölner Aussenwerbung GmbH, Köln
Christian Schmalzl, (Vorstandsmitglied) (seit 15. November 2012)		
<b>Aufsichtsrat</b>		
Prof. Dr. h. c. Dieter Stolte, (Vorsitzender ), Publizist, ZDF Intendant a.D.		
Dieter Keller, (Stellvertretender Vorsitzender), Wirtschaftsprüfer und Steuerberater		
Dirk Ströer, Geschäftsführer der Ströer Außen- werbung GmbH & Co. KG, Köln		
Dietmar Peter Binkowska, Vorstandsvorsitzender der NRW.Bank AöR, Düsseldorf (bis zum 6. Januar 2013)	GALERIA Kaufhof GmbH, Köln InCity Immobilien AG, Frankfurt am Main Portigon AG, Düsseldorf	Corpus Sireo Holding GmbH & Co. KG, Düsseldorf European Association of Public Banks (EAPB), Brüssel (Belgien) Fiege Logistik AG, Münchenstein (Schweiz) Investitionsbank des Landes Brandenburg AöR, Potsdam
Martin Diederichs, Rechtsanwalt		DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Dr. Stefan Seitz, Rechtsanwalt	Kick-Media AG, Köln	

Die Herren Müller, Bührdel, Wiedenmann und Schmalzl übten ihre Vorstandstätigkeit hauptberuflich aus.

Der Aufwand aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats des Ströer Konzerns (ohne aktienbasierte Vergütung) beträgt:

<b>Vorstand</b>	<b>2012 TEUR</b>	<b>2011 TEUR</b>
Kurzfristig fällige Leistungen	3.510	2.911
Andere langfristig fällige Leistungen	163	199
	<b>3.673</b>	<b>3.110</b>

<b>Aufsichtsrat</b>	<b>2012 TEUR</b>	<b>2011 TEUR</b>
Kurzfristig fällig Leistungen	210	200
	<b>210</b>	<b>200</b>

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Abfindungen, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. In dem für 2012 ausgewiesenen Betrag sind eine Abfindung in Höhe von TEUR 263,5 sowie Rückstellungen in Höhe von TEUR 263,3 für zukünftig fällige Leistungen enthalten, die beide auf ein im Geschäftsjahr 2012 ausgeschiedenes Vorstandsmitglied entfallen. Zusätzlich steigen die kurzfristig fälligen Leistungen dadurch an, dass zum Jahresende der Vorstand vorübergehend aus vier Mitgliedern bestand. Der Effekt hieraus beträgt TEUR 103,4. Ohne diese Einflussfaktoren sinkt die Gesamtvergütung für den Vorstand im Jahresvergleich. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile – ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile -, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Bis zum 31. Dezember 2012 haben die Vorstände hieraus noch keine Auszahlung erhalten.

Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte Vergütung wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer AG ermittelt. Nach Ablauf von vier Geschäftsjahren wird der Referenzkurs mit dem Aktienkurs am Jahresende verglichen und auf Basis des erreichten Aktienkurses die Auszahlung der Vergütung ermittelt. Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black Scholes Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2012 eine Volatilität von 45% und eine Dividend-Yield von 0% eingeflossen sind. Die für das Modell verwendeten Zinssätze bewegen sich zwischen 0,3% und 0,5%. Für die auf das Jahr 2012

entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 60 Prozent des Referenzkurses entspricht. Darauf entfällt in 2012 ein Aufwand aus der Zuführung zu Rückstellungen in Höhe von TEUR 152 (Vj.: TEUR 246). Diesem Aufwand steht ein Ertrag aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von TEUR 268 (Vj.: TEUR 0) aus den Vergütungen 2010 und 2011 gegenüber.

Zum 31. Dezember 2012 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 2.475 (Vj.: TEUR 1.904) als Verbindlichkeiten erfasst, von denen TEUR 263 auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen (Vj.: TEUR 379) entfallen. Zu den Angaben gemäß § 285 Nr. 9 Buchstabe a HGB verweisen wir auf die Angaben im Vergütungsbericht als Teil des Lageberichts. Mit Beschluss vom 14. Mai 2010 hat die Hauptversammlung auf die Offenlegung der Vergütung jedes einzelnen Vorstandsmitglieds verzichtet, so dass die Vorstandsvergütungen in Übereinstimmung mit § 286 i. V. m. § 285 Nr. 9 Buchstabe a S. 5-8 HGB in einer Gesamtsumme offengelegt werden. Dieser Beschluss hat Gültigkeit für fünf Geschäftsjahre.

## **8. Mitarbeiter**

Im Geschäftsjahr 2012 wurden im Durchschnitt 152 Angestellte (Vj.: 146) beschäftigt.

## 9. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20 Prozent beteiligt ist:

	Anteile am Kapital 31.12.2012 vH	Eigenkapital am 31.12.2012 TEUR	Jahres- ergebnis 2012 TEUR
<b>Direkte Beteiligungen</b>			
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100,00	121.245	*30.396
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul, Türkei	90,00	56.720	-10.709
Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau, Polen	99,00	25.846	-1.865
blowUP Media GmbH, Köln	75,00	7.896	2.946
<b>Indirekte Beteiligungen</b>			
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50,00	37	72
blowUP Media Belgium N.V., Antwerpen, Belgien	100,00	-143	-106
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00	483	422
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	87,50	-880	-139
blowUP Media France SAS, Paris, Frankreich	100,00	213	-13
blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien	100,00	382	692
CBA Iletisim ve Reklam Pazarlama Ltd. Sti. Istanbul, Türkei	100,00	2.010	-39
City Design Gesellschaft für Außenwerbung mbH, Köln	100,00	36.773	*5.308
City Lights Reklam Pazarlama Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	100,00	2.586	-1.616
CulturePlak Marketing GmbH, Berlin	**51,00	31	*47
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100,00	50	*1.378
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51,00	1.516	46
DSMDecaux GmbH, München	50,00	17.374	8.308
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100,00	12.611	*13.527
DSM Mediaposter GmbH, Köln	100,00	209	*49
DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main	100,00	1.453	*827
Dünya Tanitim Hizmetleri ve Turizm Ticaret Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	100,00	4.281	179
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	90,00	-760	-968
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg (vormals INFOSCREEN Hamburg Gesellschaft für Stadtinformationssysteme mbH)	100,00	-965	374

	Anteile am Kapital 31.12.2012 vH	Eigenkapital am 31.12.2012 TEUR	Jahres- ergebnis 2012 TEUR
Gündem Matbaacilik Organizasyon Gazetecilik Reklam San. Tic. Ltd. Sti., Antalya, Türkei	100,00	17.703	-2.366
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,10	1.233	2.540
Ilbak Neon Kent Mobilyalari Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	99,99	23.124	4.679
Inter Tanitim Hizmetleri San ve Ticaret Anonim Sti., Istanbul, Türkei	99,92	4.293	-847
Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln	51,00	3.900	3.148
Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri Anonim Sti., Istanbul, Türkei	50,00	191	-2
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturin- formationsanlagen, Hamburg	51,00	428	353
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutsch- land GmbH - GbR, Köln	50,00	75	75
Megaposter UK Ltd., Brighton, Großbritannien	100,00	879	34
Medya Grup Tanitim Halkla Iliskiler Organizasyon Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	72,50	864	161
Mega-Light Staudenraus & Ströer GbR, Köln	50,00	150	0
Meteor Advertising Ltd., London, Großbritannien	100,00	87	5
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	80,00	157	87
Ströer City Marketing Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	3.861	2.238
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100,00	180	*435
Ströer Akademi Reklam Pazarlama Ltd. Sti., Istanbul, Tür- kei	99,99	4.339	9
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100,00	5.492	*16.357
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100,00	500	*2.386
Ströer Digital Media GmbH, Köln	100,00	8.227	*8.963
Ströer Media Sp. z.o.K., Warschau, Polen	100,00	-2.988	-621
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	7	-1
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100,00	272	*5.297
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50,00	629	111
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50,00	5.567	1.274

\* Ergebnis vor Ergebnisabführung

\*\* 49 Prozent werden treuhänderisch verwaltet.

## 10. Konzernabschluss

Die Gesellschaft stellt den Konzernabschluss für den größten und kleinsten Kreis von Unternehmen auf. Der Konzernabschluss wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

## 11. Vorschlag zur Ergebnisverwendung

Im Geschäftsjahr 2012 weist der Jahresabschluss der SOH einen Jahresüberschuss von TEUR 19.987 und einen Bilanzgewinn von TEUR 39.987 aus.

Es wird der Hauptversammlung am 20. Juni 2013 vorgeschlagen, den Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 19.987 den Gewinnrücklagen zuzuführen und einen Betrag von TEUR 20.000 auf neue Rechnung vorzutragen.

## 12. Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Dirk Ströer hält 25,34 Prozent und Udo Müller 28,18 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Anhangs am 12. März 2013 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: DWS Investment 5,05 Prozent, Credit Suisse 3,50 Prozent und J O Hambro Capital Management Limited 3,01 Prozent.

Zudem verweisen wir auf unsere Angaben in Anlage 1 zum Anhang.

## 13. Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate-Governance-Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der SOH haben am 15. Januar 2013 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG abgegeben und öffentlich auf der Internetseite der Gesellschaft ([www.stroeer.de/investor-relations](http://www.stroeer.de/investor-relations)) dauerhaft den Aktionären zugänglich gemacht.

#### 14. Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt und im Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns der Geschäftsverlauf, einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Gesellschaft beschrieben sind.

Köln, den 12. März 2013

Der Vorstand

Udo Müller

Alfried Bürdel

Christian Schmalz

**Anlage 1 zum Anhang  
der Ströer Media AG (vormals: Ströer Out-of-Home Media AG), Köln  
Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG**

**Die Gesellschaft hat folgende Mitteilungen gemäß § 26 Abs. 1 WpHG veröffentlicht:**

Herr Udo Müller, Deutschland, teilt gemäß § 21 Abs. 1a WpHG mit, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer AG, Köln, Deutschland, ISIN: DE0007493991, WKN: 749399 am 14. Juli 2010 28,56% (das entspricht 11838500 Stimmrechten) beträgt.

Herr Dirk Ströer, Deutschland, teilt gemäß § 21 Abs. 1a WpHG mit, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer AG, Köln, Deutschland, ISIN: DE0007493991, WKN: 749399 am 14. Juli 2010 28,77% (das entspricht 11926000 Stimmrechten) beträgt.

Der College Retirement Equities Fund, New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 13. März 2012 die Meldeschwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,87 % (2.048.488 Stimmrechte) betrug.

Die TIAA-CREF Investment Management, LLC, New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 13. März 2012 die Meldeschwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,87 % (2.048.488 Stimmrechte) betrug. Diese 4,87 % (2.048.488 Stimmrechte) sind der TIAA-CREF Investment Management, LLC, New York, USA, nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden Aktionären, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- College Retirement Equities Fund, New York, USA

Die DWS Investment GmbH, Frankfurt, Deutschland, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 14. März 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,15 % (1.326.500 Stimmrechte) betrug.

Die DWS Investment GmbH, Frankfurt, Deutschland, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 30. März 2012 die Meldeschwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,05 % (2.126.500 Stimmrechte) betrug.

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,39% (1.426.881 Stimmrechte) betrug.

3,37% (1.417.452 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse AG
- Credit Suisse Investments (UK)
- Credit Suisse Investment Holdings (UK)
- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,39% (1.426.881 Stimmrechte) betrug.

3,37% (1.417.452 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse Investments (UK)
- Credit Suisse Investment Holdings (UK)
- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse Investments (UK), London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,37% (1.417.452 Stimmrechte) betrug.

Diese 3,37% (1.417.452 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse Investment Holdings (UK)
- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

Die Credit Suisse Investment Holdings (UK), London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,37% (1.417.452 Stimmrechte) betrug.

Diese 3,37% (1.417.452 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

Die Credit Suisse Securities (Europe) Limited, London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,37% (1.417.452 Stimmrechte) betrug.

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 21. Juni 2012 die Meldeschwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 6,59% (2.775.419 Stimmrechte) betrug.

6,57% (2.765.990 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse AG
- Credit Suisse Investments (UK)
- Credit Suisse Investment Holdings (UK)
- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 21. Juni 2012 die Meldeschwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 6,59% (2.775.419 Stimmrechte) betrug.

3,48% (1.465.990 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse Investments (UK)
- Credit Suisse Investment Holdings (UK)
- Credit Suisse Securities (Europe) Limited

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse Securities (Europe) Limited, London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. Juli 2012 die Meldeschwelle von 3% unterschritten hat und zu diesem Tag 0,39% (164.381 Stimmrechte) betrug.

Die Credit Suisse Investments (UK), London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. Juli 2012 die Meldeschwelle von 3% unterschritten hat und zu diesem Tag 0,39% (164.381 Stimmrechte) betrug.

Diese 0,39% (164.381 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse Investment Holdings (UK), London, Grossbritannien, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. Juli 2012 die Meldeschwelle von 3% unterschritten hat und zu diesem Tag 0,39% (164.381 Stimmrechte) betrug.

Diese 0,39% (164.381 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. Juli 2012 die Meldeschwelle von 5% unterschritten hat und zu diesem Tag 3,50% (1.474.578 Stimmrechte) betrug.

0,39% (165.149 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. Juli 2012 die Meldeschwelle von 5% unterschritten hat und zu diesem Tag 3,50% (1.474.578 Stimmrechte) betrug.

3,48% (1.465.149 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Von folgenden kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der Ströer AG jeweils 3% oder mehr beträgt, werden ihr dabei Stimmrechte zugerechnet:

- Credit Suisse AG

0,02% (9.429 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Der College Retirement Equities Fund, New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 3. August 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,81 % (1.181.339 Stimmrechte) betrug.

Die TIAA-CREF Investment Management, LLC, New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 3. August 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,81 % (1.181.339 Stimmrechte) betrug.

Diese 2,81 % (1.181.339 Stimmrechte) sind der TIAA-CREF Investment Management, LLC, New York, USA, nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG von dem College Retirement Equities Fund, New York, USA zuzurechnen.

Die GMT Capital Corp., Atlanta, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 22. Juni 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,10 % (1.303.050 Stimmrechte) betrug.

3,10 % (1.303.050 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die J O Hambro Capital Management Limited, London, Vereinigtes Königreich, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 4. September 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,01 % (1.268.776 Stimmrechte) betrug. 3,01 % (1.268.776 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Tiger Global Investments, L.P., c/o Citco Fund Services (Cayman Islands) Limited, Grand Cayman, Cayman Islands, hat uns mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 1. Januar 2012 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,02 % (1.270.000 Stimmrechte) betrug.

Diese 1.270.000 Stimmrechte wurden direkt von Tiger Global Investments, L.P. gehalten.

Die Tiger Global Investments, L.P., c/o Citco Fund Services (Cayman Islands) Limited, Grand Cayman, Cayman Islands, hat uns mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 26. September 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,97 % (1.249.500 Stimmrechte) betrug.

Diese 1.249.500 Stimmrechte wurden direkt von Tiger Global Investments, L.P. gehalten.

Die Tiger Global Performance, LLC, c/o Corporation Service Company, Wilmington, USA, hat uns mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 26. September 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,97 % (1.249.500 Stimmrechte) betrug. Diese 1.249.500 Stimmrechte waren ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, Satz 3 WpHG über Tiger Global Investments, L.P. zuzurechnen.

Die Tiger Global Management, LLC, c/o Corporation Service Company, Wilmington, USA, hat uns mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 26. September 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,97 % (1.249.500 Stimmrechte) betrug. Diese 1.249.500 Stimmrechte wurden direkt von Tiger Global Investments, L.P. gehalten und waren Tiger Global Management, LLC nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Charles P. Coleman III, USA, hat uns mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 26. September 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,97 % (1.249.500 Stimmrechte) betrug.

Diese 1.249.500 Stimmrechte wurden direkt von Tiger Global Investments, L.P. gehalten und waren Charles P. Coleman III nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1, Satz 3 WpHG über Tiger Global Investments, L.P. und Tiger Global Performance, LLC zuzurechnen. Gleichzeitig waren diese 1.249.500 Stimmrechte Charles P. Coleman III auch nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die GMT Capital Corp., Atlanta, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 2. Oktober 2012 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,88 % (1.213.599 Stimmrechte) betrug.

2,88 % (1.213.599 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die BlackRock Holdco 2, Inc., Wilmington, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 8. November 2010 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,11 % (1.308.935 Stimmrechte) betrug.

Diese 3,11 % (1.308.935 Stimmrechte) waren ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die BlackRock Financial Management, Inc., New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 8. November 2010 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,11 % (1.308.935 Stimmrechte) betrug. Diese 3,11 % (1.308.935 Stimmrechte) waren ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die BlackRock Holdco 2, Inc., Wilmington, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 8. April 2011 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,90 % (1.218.886 Stimmrechte) betrug.

Diese 2,90 % (1.218.886 Stimmrechte) waren ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die BlackRock Financial Management, Inc., New York, USA, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer AG am 8. April 2011 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,90 % (1.218.886 Stimmrechte) betrug.

Diese 2,90 % (1.218.886 Stimmrechte) waren ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 in Verbindung mit Satz 2 WpHG zuzurechnen.

## BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

Die in diesem Bericht über die Lage der Ströer Media AG (vormals „Ströer Out-of-Home Media AG“, im Folgenden „Ströer AG“) und des Konzerns vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

---

### **Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns**

Wesentliche Entwicklungen	34
Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit	35
Strategie und Steuerung	40
Wirtschaftliches Umfeld	46
Ertragslage Gruppe und Segmente	49
Finanz- und Vermögenslage	57
Angaben zur Ströer Media AG	63
Informationen zur Aktie	69
Mitarbeiter	73
Vergütungsbericht	75
Chancen- und Risikobericht	78
Prognosebericht	83
Nachtragsbericht	90
Angaben gemäß § 315 HGB	91

## WESENTLICHE ENTWICKLUNGEN

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Verfassung der Medienmärkte in unseren Kernländern haben im Vergleich zum Vorjahr weiter an Stärke verloren. Die Entwicklung auf den Finanzmärkten hat ebenfalls nicht zur Vertrauensbildung beigetragen. Vor diesem Hintergrund verzeichneten wir in unseren Unternehmensbereichen im In- und Ausland im Vergleich zum Vorjahr eine schwächere Ertragslage, währenddessen sich die Finanz- und Vermögenslage allerdings weiterhin als stabil erwies.

Der **Konzernumsatz** ging von 577,1 Millionen Euro im Vorjahr um 2,9 Prozent auf 560,6 Millionen Euro zurück. Einem leichten Wachstum in der Türkei standen Umsatzrückgänge in den übrigen Segmenten gegenüber.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse finden Sie auf Seite 51

Auch das **Operational EBITDA<sup>1)</sup>** als zentraler Indikator für die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns ist hinter dem Vorjahreswert zurückgeblieben. Ursächlich hierfür ist im Wesentlichen ein niedrigeres Bruttoergebnis (Umsatz minus direkte Kosten), dessen Rückgang nicht in gleichem Maße durch Einsparungen bei sonstigen Kostenpositionen kompensiert werden konnte. Das Operational EBITDA reduzierte sich daher im Berichtsjahr um 25,3 Millionen Euro auf 107,0 Millionen Euro.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung des Operational EBITDA finden Sie auf den Seiten 44 und 52

Das **Jahresergebnis** des Ströer Konzerns verbesserte sich um 1,8 Millionen Euro auf einen Fehlbetrag von – 1,8 Millionen Euro. Der Rückgang des operativen Ergebnisses konnte dabei durch positive Einflüsse im Finanz- und Steuergewinn überkompensiert werden.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung des Konzernergebnisses finden Sie auf Seite 53

Der **Cash-Flow aus operativer Tätigkeit** konnte mit 54,9 Millionen Euro nicht an den hohen Wert des Vorjahres (95,0 Millionen Euro) anknüpfen. Im Wesentlichen ist der Rückgang dem rückläufigen operativen Ergebnis geschuldet. Zudem sind die positiven Effekte aus dem Working Capital gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Auch bei den Steuerauszahlungen war ein Anstieg zu verzeichnen. Demgegenüber konnten bei den Zinszahlungen weitere Verbesserungen erzielt werden.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung des operativen Cash-Flow finden Sie auf Seite 59

Die **Nettoverschuldung** als eine weitere wesentliche Steuerungsgröße im Konzern ist im Berichtsjahr vorwiegend aufgrund einer zurückhaltenden Investitionspolitik leicht um 2,1 Millionen Euro auf 302,1 Millionen Euro gesunken. Der Verschuldungsfaktor (Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA) betrug zum Bilanzstichtag 2,8.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung der Nettoverschuldung finden Sie auf Seite 60

### Wesentliche Kennzahlen

In Mio. EUR	2012	2011	Veränderung (%)
Umsatz	560,6	577,1	– 2,9
Operational EBITDA	107,0	132,3	– 19,1
Konzernergebnis	– 1,8	– 3,6	49,6
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	54,9	95,0	– 42,2
Nettoverschuldung	302,1	304,3	– 0,7

<sup>1)</sup> Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte

## KONZERNSTRUKTUR UND GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

### Geschäftsmodell

Der Ströer Konzern gehört zu den führenden Anbietern von Außenwerbung in seinen Kernmärkten und strebt darüber hinaus eine führende Rolle in der Online-Display-Vermarktung in Deutschland an. Basis des Außenwerbegeschäfts ist ein attraktives Portfolio an Verträgen mit privaten und öffentlichen Grundstücks- und Gebäudeeigentümern, über die wir Werberechtskonzessionen für reichweitenstarke Standorte erlangen. Von besonderer Bedeutung sind dabei Verträge mit Kommunen, für die wir als Systemanbieter intelligente und passgenaue Infrastrukturlösungen entwickeln, welche zugleich das Stadtbild aufwerten. Daneben sind die langfristigen Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung.

Das Portfolio besteht derzeit aus über 290.000 vermarktbareren Werbeflächen in Europa. Die Verträge mit privaten Grund- und Gebäudeeigentümern sehen im Allgemeinen die Zahlung einer festen Pacht vor, während die kommunalen Konzessionsverträge überwiegend umsatzabhängige Pachtzahlungen enthalten. Gegenwärtig verfügen wir über mehr als 20.000 Verträge zur Vermarktung von Werberechten auf öffentlichem und privatem Grund.

Mit der für das zweite Quartal 2013 vorgesehenen Umsetzung der Unternehmenskaufverträge für adscale und die Ströer Interactive-Gruppe werden wir im Bereich Online über Vermarktungsrechte an rund 5.000 Webseiten in Deutschland verfügen, auf die wir zum Teil exklusiv im Rahmen von mehrjährigen Verträgen zugreifen können. Unsere Online-Aktivitäten werden dann einen transparenten und reichweitenstarken Marktplatz für den Austausch von Online-Display-Werbung umfassen, ergänzt um eine breite Palette an Dienstleistungen der Online-Vermarktung, die den neuen Geschäftsbereich aus dem Stand unter den ersten drei Anbietern der Branche platzieren wird.

Mit unseren europaweit über 70 Büros unterhalten wir intensive Beziehungen zu unseren Vertragspartnern und bieten gleichzeitig unseren Werbekunden eine Vielzahl verschiedener Kommunikationsmöglichkeiten an. Unser Produktportfolio in der Außenwerbung erstreckt sich auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien über die Werbung auf Wartehallen und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten. Bei Aufnahme der Online-Aktivitäten wird sich das Geschäft zukünftig in die fünf Produktgruppen Billboard, Street Furniture, Transport, Online und Sonstige unterteilen. Die Verkaufsorganisationen der jeweiligen Länder steuern die von Zielgruppenanalysen und Marktforschungen begleiteten Vertriebs- und Marketingaktivitäten und bedienen regionale wie nationale Werbungtreibende, Mediaagenturen und Spezialmittler.

### Segmente und Organisationsstruktur

Die Ströer Gruppe hat ihr Geschäft gemäß internationalen Rechnungslegungsvorschriften IFRS 8 in drei, ab dem zweiten Quartal 2013 voraussichtlich in vier, berichtspflichtigen Segmenten gebündelt, die in enger Abstimmung mit der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer AG operativ eigenständig am Markt tätig sind. Diese Abstimmung bezieht sich insbesondere auf die zentrale strategische Ausrichtung des Konzerns. Hierdurch ist ein gezielter Know-how-Transfer zwischen den einzelnen Segmenten möglich.

Darüber hinaus werden auch die Finanzierung und die Liquidität im Konzern zentral gesteuert. Die hieraus resultierende Refinanzierung der Segmente und deren zentrale Versorgung mit ausreichender Liquidität verschafft den operativen Einheiten die notwendige Flexibilität, um Chancen im Markt kurzfristig nutzen zu können.

Mit den demnächst vier Segmenten ist der Ströer Konzern in wichtigen europäischen Kernregionen vertreten. Um den dauerhaften Markterfolg zu sichern, nutzt die Ströer Gruppe konsequent ihre Größenvorteile. Einerseits verfügt Ströer auf der Absatzseite, anders als viele Wettbewerber, über

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmens-internen Steuerung finden Sie auf Seite 40

die notwendige Marktpräsenz, um national tätigen Kunden eine flächendeckende Außenwerbung anbieten zu können. Andererseits nutzt der Konzern positive Skaleneffekte auf der Kostenseite, die unter anderem bei Einkauf, Entwicklung, Informationstechnologie, Rechtsberatung und Personalwesen zur Geltung kommen.

### **Segment Ströer Deutschland**

Das Segment Ströer Deutschland wird operativ durch die Ströer Media Deutschland GmbH geführt. Der Sitz der Geschäftsführung befindet sich am Standort der Hauptverwaltung in Köln. Die Ströer Media Deutschland GmbH ist zusammen mit ihren zahlreichen Tochtergesellschaften in allen Produktgruppen des Konzerns (Street Furniture, Billboard, Transport, Sonstige) mit Ausnahme von Online tätig. Während das laufende Geschäft von einzelnen regionalen Standorten aus sowie von der Zentrale in Köln vorangetrieben wird, werden wesentliche operative Entscheidungen sowie sämtliche Funktionen der Bereiche Rechnungswesen und Controlling zentral von der Führungsgesellschaft in Köln gesteuert. Mit rund 230.000 vermarktbareren Werbeflächen in mehr als 600 Städten erzielen wir mit Abstand den höchsten Nettoumsatz im größten Außenwerbemarkt Europas.

### **Segment Ströer Türkei**

Das Segment Ströer Türkei wird operativ durch die Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. geführt, an welcher der Ströer Konzern mit 90 Prozent beteiligt ist. Ströer Türkei ist in sieben der zehn größten türkischen Städte vertreten und in allen Produktgruppen tätig. Mit rund 43.000 vermarktbareren Werbeflächen in mehr als 25 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und damit, mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb, den größten Marktanteil.

Unsere Landesgesellschaft Ströer Kentvizyon ist zudem der einzige Anbieter, der landesweite Plakatkampagnen durchführen kann. Das Portfolio wurde im Jahr 2012 durch einen neuen Vertrag für die Errichtung und Vermarktung von Großflächen auf öffentlichem Grund in Istanbul maßgeblich ausgeweitet.

### **Segment Sonstige**

Das Segment Sonstige besteht aus den Teilssegmenten Ströer Polen und blowUP Media.

Das Teilssegment Ströer Polen wird durch die Ströer Polska Sp. z.o.o. geführt. Wesentliche Tochtergesellschaft ist die Ströer City Marketing. In Polen hat Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Marktführerschaft inne. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 17.000 vermarktbareren Werbeflächen in ca. 195 Städten und Gemeinden vertreten und in allen Produktgruppen des Konzerns tätig.

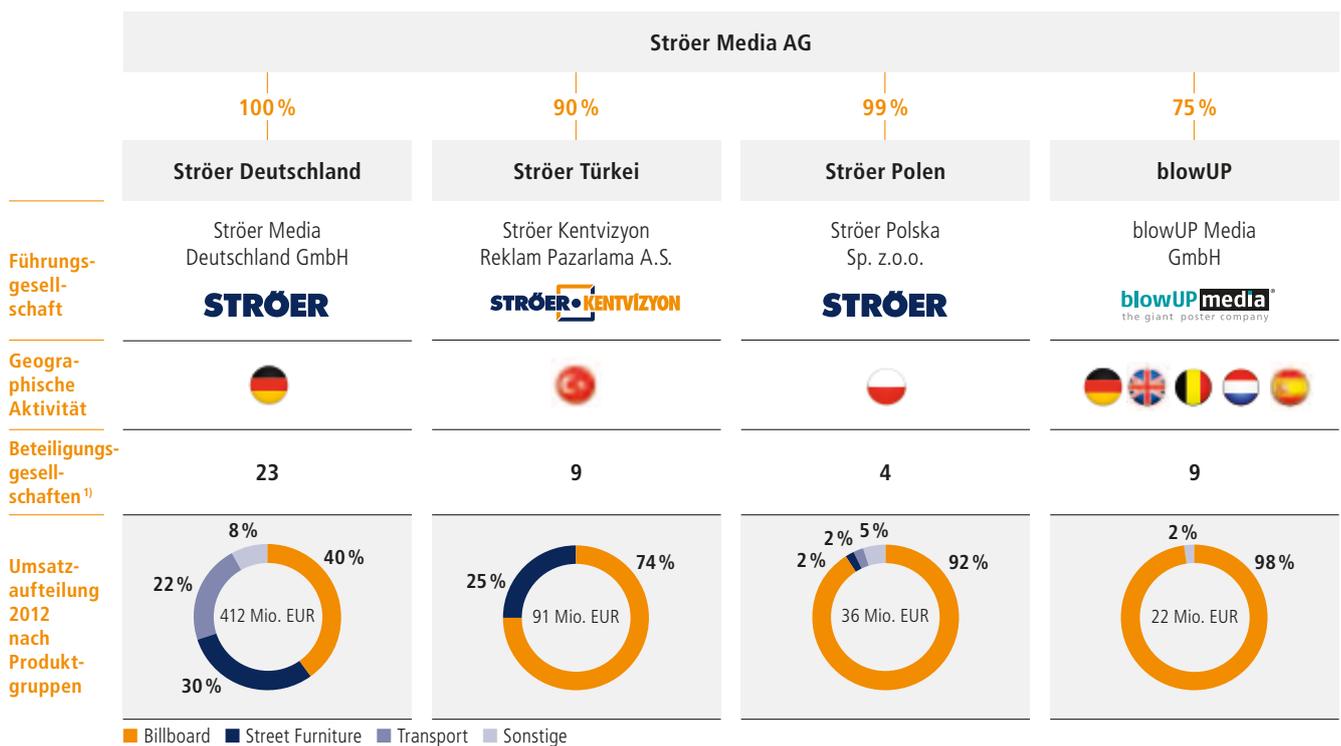
Das Teilssegment blowUP Media ist führender westeuropäischer Anbieter von Riesenpostern mit Größen bis über 1.000 Quadratmeter, die auf Gebäudefassaden platziert werden. Die Gesellschaft vermarktet aktuell rund 200, zum Teil auch digitalisierte Standorte, die entweder einzeln oder in Blöcken von namhaften Werbungtreibenden national, aber auch grenzüberschreitend gebucht werden. Aufgrund der üblicherweise kürzeren Konzessionslaufzeiten bestehen im Vergleich zum klassischen Außenwerbungsgeschäft andere Herausforderungen an das Portfoliomanagement. blowUP Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent.

### Segment Online

Sobald die Online-Aktivitäten in 2013 rechtswirksam auf die Ströer Gruppe übergegangen sind, werden wir die Segmentberichterstattung entsprechend ausweiten. Das neue Online-Segment wird operativ durch eine Zwischenholding geführt werden, welche die Beteiligungen an der adscale GmbH sowie an der Ströer Interactive-Gruppe halten wird. Auf adscale können Werbungtreibende für ihre Kampagnen aus einem Portfolio von rund 5.000 Webseiten ihre Zielgruppen herausfiltern: Insgesamt werden monatlich rund 43 Millionen „Unique Visitors“ und rund zwölf Milliarden „Ad Impressions“ erzielt. Die Ströer Interactive Gruppe steht für monatlich ca. 28 Millionen Unique Visitors und mehr als 500 überwiegend exklusiv vermarktete Webseiten aus den unterschiedlichsten Themengebieten. Das Serviceangebot von Ströer Interactive umfasst neben der Bannerwerbung auch die Bewegtbild-Vermarktung und Mobile Advertising.

### Beteiligungen und Standorte

Die nachfolgende Übersicht stellt vereinfacht die wesentliche Beteiligungsstruktur sowie deren Zuordnung zu den Kernmärkten zum 31. Dezember 2012 dar.



<sup>1)</sup> Anzahl der voll- und quotal konsolidierten Gesellschaften

## Leitung und Kontrolle

### Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand der Ströer AG besteht aktuell aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Udo Müller (CEO), Alfred Bührdel (CFO) und Christian Schmalzl (COO) an. Dirk Wiedenmann ist mit Wirkung zum 31. Dezember 2012 aus dem Vorstand ausgeschieden. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	März 2015	Vorstandsvorsitzender Strategie F&E
Alfried Bührdel	Juli 2002	März 2015	Finanzvorstand Konzern-Finanzen Konzern-Organisation Konzern-Personalwesen Konzern-IT Konzern-Beschaffung Konzern-Recht
Christian Schmalzl	November 2012	November 2015	Leitung und Steuerung der Landesgesellschaften

Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die Geschäftsführung.

Der Aufsichtsrat der Ströer AG besteht aktuell aus fünf Mitgliedern, die von den Anteilseignern auf der Hauptversammlung gewählt werden. Ein sechster Platz ist zur Zeit unbesetzt, da mit Wirkung zum 6. Januar 2013 Dietmar Binkowska sein Aufsichtsratsmandat niedergelegt hat. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Bei Stimmgleichheit hat der Aufsichtsratsvorsitzende die entscheidende Stimme. Zur Steigerung der Effizienz bilden darüber hinaus jeweils drei Mitglieder des Aufsichtsrats den Prüfungsausschuss und den Präsidialausschuss.

Nähere Ausführungen zum Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat und zu weiteren Standards von Unternehmensführung und -kontrolle finden sich in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 HGB, welche auch die Entsprechenserklärung gemäß § 16 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält. Daneben geben Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 des DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage der Ströer AG ([www.stroer.de/investor-relations](http://www.stroer.de/investor-relations)) veröffentlicht.

### Wesentliche Einflussfaktoren

Die Geschäftslage des Ströer Konzerns wird im Wesentlichen durch die Vermarktungsintensität des Werbeinventars bestimmt. Diese hängt ihrerseits stark von den konjunkturellen Rahmenbedingungen und dem allgemeinen Marktsektiment ab. Daneben ist die Attraktivität der Außenwerbung im Vergleich zu anderen Werbeformen ein wichtiger Einflussfaktor. In den zurückliegenden zehn Jahren konnte die Außenwerbung insbesondere in Deutschland ihre Position im Vergleich zu den übrigen klassischen Medien verbessern, jedoch nicht an die Dynamik der Online-Werbung heranreichen. Bei externen Ereignissen können abseits des langfristigen, für die Außenwerbung positiven Trends gegenläufige Sondereffekte auftreten. So wurden in 2012 im Zuge von sportlichen Großereignissen Werbebudgets teilweise in Richtung TV verlagert.

→ Nähere Informationen zur Geschäftslage finden Sie auf Seite 54

Kunden buchen ihre Aufträge in der Außenwerbebranche aktuell mit einer Vorlaufzeit von nicht viel mehr als acht Wochen und unterstreichen damit den Trend zu immer kürzeren Vorausbuchungsfristen. Die saisonalen Schwankungen im Auftragsbestand verlaufen analog zur Entwicklung des übrigen Medienmarktes. Ein Schwerpunkt der Außenwerbeaktivitäten liegt generell im zweiten und vierten Quartal. Auf der Kostenseite ist die Entwicklung der Miet- und Pachtzahlungen sowie der Personal- und sonstigen Gemeinkosten ein wesentlicher Einflussfaktor. Im Online-Bereich liegen die Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung deutlich niedriger. Die höchste Umsatzaktivität wird in der Online-Branche üblicherweise im vierten Quartal beobachtet. Ein wichtiger Einflussfaktor für die Online-Vermarktung ist die weitere Durchdringung des Marktes mit Targeting/Re-Targeting, Realtime-Bidding (RTB) und Bewegtbild-Angeboten. Wesentliche Kostentreiber sind neben den an die Webseitenbetreiber abzuführenden Kommissionen insbesondere die Aufwendungen für Personal und den IT-Betrieb.

Darüber hinaus wirkt sich das regulatorische Umfeld auf die wirtschaftliche Lage der Ströer Gruppe aus. Der Inhalt von Werbung unterliegt in den Ländern, in denen wir tätig sind, unterschiedlichen rechtlichen Einschränkungen und Auflagen. Während Außenwerbung für Tabakprodukte und Alkohol in der Türkei und (mit Ausnahme von Bier) in Polen nicht erlaubt ist, können in Deutschland Alkohol- und Tabakprodukte in Außenwerbekampagnen beworben werden. Eine Ausweitung von Werbeverböten in Deutschland ist aus unserer Sicht vorerst unwahrscheinlich. Sollte es wider Erwarten zu einer regulatorischen Anpassung kommen, werden wir aufgrund der üblichen Vorlaufzeiten bei Gesetzesänderungen mit entsprechenden Marketing- und Vertriebsaktivitäten die Auswirkungen auf das Geschäftsvolumen abschwächen können.

Die Außenwerbebranche in der Türkei stand auch in 2012 noch unter dem Einfluss der im Vorjahr verschärften Regulierung des TV-Werbemarktes. Trotz der daraus resultierenden Preiserhöhungen im TV-Bereich haben die werbungstreibenden Unternehmen Mediaaufwendungen aus anderen Werbeformen in den TV-Bereich verlagert, um bei konstanten Budgets ihre ursprünglichen TV-Mediaziele umzusetzen.

In Frankreich trat im Februar 2012 ein Gesetz zur Regulierung von Außenwerbung in Bezug auf das städtische Erscheinungsbild in Kraft. Dieses sieht vor allem eine Formatreduzierung von Großflächen in Städten mit über 100.000 Einwohnern von 16 Quadratmetern auf 12 Quadratmeter vor. Eine ähnliche Entwicklung mit potenziell negativen Auswirkungen für die Außenwerbung ist in Deutschland nicht zu erwarten, da sich hier bereits ein kleineres Großflächenformat (9 Quadratmeter) etabliert hat.

Grundsätzlich beurteilt Ströer den hohen Regulierungsgrad der Außenwerbebranche positiv, da in den Kernmärkten Planungssicherheit besteht und technische bzw. administrative Standards gesetzt werden, die gleichzeitig Eintrittsbarrieren für Wettbewerber darstellen.

Das regulatorische Umfeld in der Online-Vermarktung wird im Wesentlichen von datenschutzrechtlichen Aspekten auf europäischer und nationaler Ebene bestimmt, die den nationalen Gesetzgebern Gestaltungsspielraum bei der Ausgestaltung von Richtlinien einräumen.

## STRATEGIE UND STEUERUNG

### Wertorientierte Strategie

Die Strategie der Ströer Gruppe ist auf Wachstum und Wertsteigerung ausgerichtet. Unsere gesamte Wertschöpfungskette zielt darauf, von den Megatrends Digitalisierung, Mobilität und Urbanisierung zu profitieren, die Reichweite unserer Medien bei attraktiven Konsumentengruppen weiter zu steigern und unsere Relevanz gegenüber den Mediaagenturen zu verbessern. Da die Grenzen zwischen den verschiedenen Mediagattungen durch die Digitalisierung zunehmend verschwimmen, wollen wir unseren Kunden nicht nur Produkte zur Unterstützung von „Branding Kampagnen“ bieten, sondern auch Lösungen im Bereich „Performance Kampagnen“ offerieren. Während heutzutage Mediaeinkauf überwiegend in alten Denkmustern vonstatten geht, wird er sich zukünftig an Kriterien wie Bewegtbild versus Standbild und Drinnen versus Draußen orientieren. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung ist es für ein Medienunternehmen elementar, das Geschäftsmodell zum richtigen Zeitpunkt und in ausreichendem Maße zu erweitern. Dafür fühlen wir uns mit der geplanten Aufnahme von eigenständigen Geschäftsaktivitäten im Bereich der Vermarktung von Online-Display-Werbung richtig aufgestellt. Wir haben unsere strategische Ausrichtung unter der Kurzform „Ströer 3.0“ zusammengefasst.

In der Außenwerbung fokussieren wir uns auf das organische Wachstum in den drei Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen. Die bereits erlangte Größenordnung erlaubt es, die dortigen Märkte aktiv zu gestalten und deren Professionalisierung auf Basis einer starken Präsenz voranzutreiben. Darüber hinaus streben wir eine führende Marktposition als unabhängiger Anbieter von Online-Display-Werbung in Deutschland an.

Wesentliche Elemente unserer wertorientierten Strategie sind

- das aktive Management unseres internationalen Portfolios an Werberechtskonzessionen hinsichtlich Laufzeit, Qualität und Profitabilität
- die Weiterentwicklung des Produktangebots mit einem Schwerpunkt auf Digitalisierung und andere Premiumwerbeträger sowie den Ausbau von Systemen zur Reichweitenmessung
- der Einstieg in die Online-Werbevermarktung auf Basis der vorgenannten Transaktionen
- der Ausbau unserer Marktposition bei den führenden Werbungtreibenden über einen aktiven nationalen und regionalen Vertrieb
- die Nutzung von Skaleneffekten und Synergien im Konzernverbund sowie der Vorteile einer konzernweiten Finanzierung

### Internationales Portfoliomanagement

Unser umfassendes, aktiv gemanagtes Portfolio von Werberechten stellt eine stabile Plattform für weiteres Wachstum dar. Ziel ist, den Bestand an erstklassigen Werbeflächen langfristig zu sichern, das bestehende Potenzial bestmöglich zu nutzen und den Umfang an Werberechten im internationalen Maßstab zu erweitern. So verfügen wir über eine feste und sichere Plattform für die weitere Geschäftsentwicklung. Doch bauen wir nicht nur auf die enge Partnerschaft mit den Städten sowie den Betreibern von Bahnhöfen und Einkaufszentren, sondern auch auf die Zusammenarbeit mit privaten Grundstückseigentümern, mit denen wir jeweils langfristige Werberechtskonzessionen abschließen.

In geographischer Hinsicht konzentrieren wir uns derzeit auf drei Kernregionen in Europa: Deutschland, Türkei und Polen. In allen drei Ländern gilt es, das Portfolio an langfristigen Werberechtskonzessionen über Ausschreibungen bestehender Verträge ständig zu erhalten bzw. den Erwerb von neuen Verträgen auszubauen. Darüber hinaus evaluieren wir strategische Chancen in anderen potenzialstarken Märkten Europas. Dabei haben wir zugleich den Anspruch, in unseren Märkten zu den jeweils führenden Anbietern im Bereich Außenwerbung zu gehören.

Im **deutschen Markt**, dem größten Werbemarkt in Europa, wollen wir unsere führende Marktposition in der Außenwerbung und zukünftig auch in der Online-Vermarktung festigen. Im Berichtsjahr konnte das Vertragsportfolio mit acht gewonnenen Ausschreibungen unter anderem in Ingolstadt, Braunschweig, Salzgitter und Bamberg bestätigt und gestärkt werden. Damit liegen wir in unserer Tender Performance deutlich oberhalb unserer internen Ziele. Ebenso trägt der Ausbau unseres digitalen Bewegtbild-Netztes zum Wachstum bei. Der Bestand an hochwertigen HD-Screens an den meistfrequentierten Bahnhöfen (OC Station) in Deutschland wurde um rund 200 auf etwa 1.000 ausgebaut. Zugleich startete im Berichtsjahr die Vermarktung von Screens und digitalen Stelen in 60 angebundenen Einkaufszentren (OC Mall) über die Ende 2011 erworbene Tochtergesellschaft ECE flatmedia. Ströer hat damit eines der weltweit größten digitalen Produktangebote mit nationaler Reichweite geschaffen und für Kunden eine dritte Säule im Bewegtbild-Markt (Video) etabliert.

In der **Türkei** strebt Ströer auch künftig den Ausbau der marktführenden Position im türkischen Außenwerbemarkt vorwiegend durch eine steigende Auslastung der in der Vergangenheit installierten Kapazitäten an. Eine weitere Ausdehnung des Werbeträgerportfolios in den wesentlichen Großstädten werden wir mit Bedacht fortsetzen. Wir konzentrieren uns vertriebllich nicht nur auf unsere national agierenden Werbekunden, sondern forcieren auch das regionale Geschäft. Ein weiterer zentraler Baustein der strategischen Ausrichtung ist die Vermarktung von Werberechten in Einkaufszentren, wo wir neben klassischen Werbeträgern auch digitale Produkte zum Einsatz bringen.

Im **polnischen Markt** wollen wir die exponierte Position unserer Landesgesellschaft Ströer Polska weiter festigen. Dafür treiben wir die Professionalisierung des Außenwerbemarktes durch neue Produktformate und Vertriebsinitiativen aktiv voran. Unterstützend sehen wir in diesem Zusammenhang eine Tendenz zur Vergabe von städtischen Werberechtskonzessionen, die sich in Qualitätsanspruch und Leistungskatalog den Regelungen in unseren übrigen Kernmärkten anzunähern beginnen, soweit diese mit kommerziell angemessenen Konditionen ausgestattet sind. Aufgrund der noch unausgewogenen Marktstrukturen sehen wir uns als potenziellen Konsolidator im polnischen Markt und sind gegenüber wirtschaftlich vertretbaren Übernahmemöglichkeiten grundsätzlich positiv eingestellt.

Außerhalb der drei Kernmärkte agiert der Ströer Konzern vorrangig über seine Tochtergesellschaft **blowUP**. Sie beteiligt sich aktiv an der zunehmenden Digitalisierung der Medienlandschaft und treibt auch den Ausbau digitaler Riesenposter im In- und Ausland mit Nachdruck voran.

### Produktentwicklung

Die Ströer Gruppe versteht sich insbesondere als ein Innovationsführer im Bereich der digitalen Außenwerbung. Aber auch mit gezielten Investitionen in innovative Premiumformate, Marktforschung und Reichweitenmessung sowie Vertriebskapazitäten tragen wir wesentlich dazu bei, die Außenwerbung als attraktives Format bei den werbungstreibenden Kunden und Agenturpartnern zu etablieren und ihren Anteil an den Werbebudgets kontinuierlich zu steigern.

Im unternehmenseigenen Bereich Produktentwicklung (PE) sind insgesamt 33 Mitarbeiter beschäftigt. Unsere Entwickler arbeiten kontinuierlich an besonders leistungsfähigen, funktionalen und wartungsfreundlichen Lösungen, die durch ein zeitgemäßes Design überzeugen. Die Aktivitäten im PE-Bereich waren im Jahr 2012 wesentlich durch die Weiterentwicklung und den Netzausbau des Out-of-Home-Channels (OC) geprägt. Daneben waren die Optimierung des Premium Billboards sowie bestehender Produktreihen im Segment Street Furniture Schwerpunkte der Produktentwicklung.

In den Out-of-Home-Channel hat Ströer auch im zurückliegenden Jahr einen zweistelligen Millionenbetrag investiert. Im Vordergrund stand die Ausstattung der Einkaufszentren (OC Mall) mit den zum Jahresende rund 1.400 Screens. Entscheidend für die Attraktivität des OC für die Werbe- und Mediaagenturen ist die zeitliche Synchronisierung der Screens, wodurch eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung und die visuelle Dominanz der werblichen Videobotschaft sichergestellt ist. Alle inländischen Kampagnenangebote auf den digitalen Ströer Werbeträgern werden zentral durch den Geschäftsbereich Ströer Digital am Standort München koordiniert und geschaltet.

Validierte und akzeptierte Reichweitenmessungen sowie die in zahlreichen Studien belegte Wirkung von Out-of-Home-Medien nahe am Point of Sale machen Ströer zu einem Partner erster Wahl für die werbungtreibende Industrie. Neue im Berichtsjahr veröffentlichte Studien namhafter und unabhängiger Institute weisen nach, dass Informationen, die mithilfe von Außenwerbung präsentiert werden, einen großen Einfluss auf das implizite Erinnern und damit auf die spontane Markenpräferenz von Konsumenten haben.

Zusätzlich unterstützen wir die Initiative der führenden Außenwerbeanbieter hinsichtlich einer systematischen Reichweitenanalyse in unseren Kernmärkten. In der Türkei und in Polen ist Ströer aktuell an der Einführung von Bewertungssystemen beteiligt, welche mit dem international anerkannten Reichweitenmesssystem POSTAR vergleichbar sind.

### Einstieg in die Online-Werbevermarktung

Im Dezember 2012 hat Ströer den Einstieg in die unabhängige Vermarktung von Display- und Videowerbung im Internet bekannt gegeben. Hierzu wurden nach Zustimmung des Aufsichtsrats Verträge zum Erwerb der adscale GmbH (91 Prozent), einer führenden Handelsplattform für digitale Werbeflächen, sowie ein Vertrag mit der Media Ventures GmbH zum Erwerb von drei Online-Werbevermarktern – Ströer Interactive GmbH (100 Prozent), FreeXmedia GmbH (100 Prozent) und Business Advertising GmbH (50,4 Prozent) – abgeschlossen. Im Fall der adscale GmbH werden zunächst 91 Prozent der Anteile übernommen, für die übrigen in den Händen des Managements verbleibenden Anteile wurden Optionsrechte vereinbart. Die Verträge werden nach der inzwischen erteilten Zustimmung des Bundeskartellamts voraussichtlich zu Beginn des zweiten Quartals 2013 vollzogen.

Die Transaktionen bringen Ströer ergänzend zum Kerngeschäftsfeld der Außenwerbung auf Anhieb in eine relevante Position im deutschen Online-Werbemarkt. Wir steigen damit in das Segment der Online-Vermarktung ein und werden darauf aufbauend attraktive Online-Angebote auf Basis integrierter Buchungs- und Vertriebsplattformen entwickeln. Damit bieten wir als erster großer Anbieter die komplette Wertschöpfungskette innerhalb der Online-Werbevermarktung an – vom Inventar über die Technologie bis hin zum „Audience Targeting“. Alle Unternehmen werden in einem vier-ten eigenständigen Berichtssegment geführt. Während der Kaufpreis für die Buchungsplattform adscale in bar zu entrichten ist, wird der Basiskaufpreis für die drei Unternehmensanteile von Media Ventures über eine Kapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital gegen Sacheinlage beglichen. Hierfür wird die Ströer AG das Bezugsrecht der übrigen Aktionäre ausschließen. Mögliche variable Kaufpreisanteile aus zeitlich nachgelagerten Earn-out-Vereinbarungen zu adscale bzw. Ströer Interactive werden in bar abgewickelt. Die Ströer AG und Media Ventures haben vereinbart, dass die Bewertung der drei Anteilspakete anhand von Wirtschaftsprüfergutachten gemäß Bewertungsstandard IDW S1 überprüft wird. Hierdurch ist eine faire Bewertung im Sinne der Aktionäre der Ströer AG sichergestellt.

### Ausbau der Marktposition als unabhängiger Vermarkter

Bisher agierten wir ausschließlich als unabhängiger Vermarkter von Werbeflächen in der Außenwerbung. Zukünftig werden wir diese Aktivitäten um ein breites Serviceangebot bei der unabhängigen Vermarktung von Webseiten ergänzen. Dabei werden wir bestehende Kontakte und Vermarktungsansätze in der Außenwerbung im Online-Geschäft nutzen. Dadurch schaffen wir ein attraktives und wachstumsstarkes Produkt- und Serviceportfolio für deutschlandweit und regional positionierte Kunden.

Neben einer weiteren Erhöhung der Umsätze mit Großkunden stehen insbesondere unsere mehr als 40.000 regionalen Kunden in Deutschland im Fokus der Online-Aktivitäten. Auf der Entwicklung von regional ausgerichteten Produkten mit attraktiven Wachstumspotenzialen wird dabei ein Hauptaugenmerk liegen. Zentrale Argumente sowohl bei den nationalen Key Accounts als auch bei den Regionalkunden sind mehr denn je unsere attraktiven Kontaktzahlen bei hohen Reichweiten, online wie offline, und bei hoher Kontaktqualität in den werberelevanten Zielgruppen.

### Ströer 3.0: Wesentliche Ziele von Out-of-Home plus Online



Quelle: Unternehmensangaben

### Nutzung von Vorteilen des Konzernverbunds

Einkauf, Produktentwicklung, IT und Logistik leisten als zentrale Konzernfunktionen einen wesentlichen Beitrag zur dauerhaften Wettbewerbsfähigkeit der Ströer Gruppe.

Mit unserem gruppenweiten Supply Chain Management gestalten wir den Aufbau und den fortlaufenden Betrieb unserer effizienten Werbeträgernetzwerke einschließlich der Serviceorganisation in effizienter Form. Die Konzernfunktion Zentraler Einkauf bündelt die Einkaufsverantwortung für die Aktivitäten in den drei Kernmärkten. Das zentrale Management von Lieferantenauswahl und Beschaffung bringt sichtbare Kostensynergien und Skaleneffekte mit sich. Wichtiges Element ist eine international ausgerichtete Sourcing-Strategie, unter anderem über ein Repräsentanz- und Entwicklungsbüro in Shanghai, China.

Voraussetzung für die Nutzung von Skaleneffekten ist darüber hinaus die vom Bereich Produktentwicklung vorangetriebene produktübergreifende Standardisierung der Werbeträger-Komponenten über intelligente Plattformkonzepte. Dabei ist es unser besonderer Anspruch, einerseits den individuellen Bedürfnissen unserer überwiegend kommunalen Vertragspartner gerecht zu werden und andererseits die damit einhergehende Komplexität zu reduzieren. Durch die modulare Gestaltung von Komponenten erreichen wir eine erhebliche Einsparung von Materialverbrauch und Gewicht.

Eine vermehrt an standardisierten Prozessen ausgerichtete Organisation soll dazu beitragen, unsere Prozess- und IT-Systemkosten zu senken, Durchlaufzeiten zu reduzieren und die Flexibilität zu erhöhen. Die Informationstechnologien der Gruppe werden entsprechend angepasst. Das konzernweite IT-Projekt ONE dient der regional übergreifenden Entwicklung standardisierter IT-Prozesse und dem effektiveren Zusammenarbeiten der internationalen Einheiten. Einer der ersten Schritte in diesem Zusammenhang war 2012 die Verlagerung der Server-Landschaft in ein hochmodernes Rechenzentrum.

→ Nähere Informationen zur Finanzierungsstrategie finden Sie auf Seite 57

Die konzernweit gesteuerte Finanzierung trägt ebenfalls entscheidend zur Wettbewerbsfähigkeit der Ströer Gruppe bei. Im Berichtsjahr konnte Ströer mit einer neuen Kreditvereinbarung im Gesamtvolumen von 500 Millionen Euro und einer fünfjährigen Laufzeit die Weichen für eine langfristig stabile Finanzierung stellen. Damit können Wachstumsprojekte flexibel umgesetzt und unsere Fremdkapitalkosten dauerhaft begrenzt werden. Parallel zur Verbesserung der Kreditauflagen (Covenants) konnten wir neben weiteren Zinsvorteilen eine vollständige Freigabe der Sicherheiten erreichen.

## Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen im Sinne einer nachhaltigen Wertentwicklung. Durch eine konzernweit in allen Gesellschaften implementierte Reporting-Struktur ist gewährleistet, dass wir regelmäßig über den Wertbeitrag sämtlicher Konzerngesellschaften und des Konzerns insgesamt informiert sind. Unser Ziel ist dabei die nachhaltige Wertschaffung über den gesamten Konjunkturzyklus hinweg. Gleichzeitig stellen wir dadurch sicher, dass wir die durch unsere Kreditgeber vorgegebenen Auflagen einhalten. Das wertorientierte Managementsystem schlägt sich auch in der erfolgsorientierten Vergütung des Vorstands nieder.

Als Werttreiber verstehen wir die wesentlichen internen und externen Einflussfaktoren für die geschäftliche Entwicklung. Wichtige finanzielle Steuerungsgrößen im Vergleich zu Vorjahres- und Zielwerten für den Konzern sind:

- Entwicklung des unterjährigen Auftragsbestands
- Umsatzerlöse
- Operatives Ergebnis (Operational EBITDA bzw. Operational EBITA)
- Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit
- Nettoverschuldung und die daraus abgeleitete Verschuldungsquote
- Rendite auf das eingesetzte Kapital (Ströer Value Added bzw. ROCE)

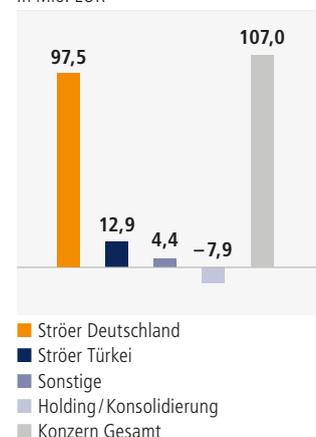
Den vorgenannten Steuerungsgrößen liegen folgende Überlegungen zugrunde: Der Auftragsbestand stellt einen Indikator für die künftigen Umsätze des Unternehmens aus bereits erfassten Aufträgen dar. Zur Umsatzabschätzung über die nächsten zwei bis drei Monate werden unterjährig die nach Berichtssegmenten und Produktgruppen verbuchten Auftragsbestände herangezogen. Durch Vergleich mit saisonalen Buchungsmustern der Vorjahre können Umsatzgrößenordnungen für die Folgequartale abgeleitet werden, wobei die Genauigkeit bei Zeiträumen über zwei Monate hinaus deutlich abnimmt. Der um Konsolidierungseffekte und Währungsschwankungen bereinigte Umsatz ist wesentliche Grundlage für weitergehende Analysen des Vertriebs-Controlling. Der Umsatz dient neben dem Operational EBITDA als wichtige Eingangsgröße für die Bestimmung der Umsatzrentabilität sowie als Indikator für die auf ein profitables Wachstum ausgerichtete Unternehmensstrategie der Ströer Gruppe.

Das Operational EBITDA stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns aus unserer Sicht am besten dar, da hier Einmaleffekte in Aufwendungen und Erträgen bereinigt werden. Wesentliche Einmaleffekte, die wir zur Ermittlung des Operational EBITDA eliminieren, resultieren vorwiegend aus Reorganisations- und Restrukturierungsmaßnahmen, Änderungen im Beteiligungsportfolio (unter anderem M&A-Maßnahmen) sowie Kapitalstrukturmaßnahmen (unter anderem Debt- und Equity-Capital-Market-Transaktionen). Außerdem ist das Operational EBITDA eine wesentliche Input-Größe zur Bestimmung des Verschuldungsfaktors, der dem Bankensyndikat als eine von mehreren Kreditauflagen quartalsweise mitzuteilen ist. Darüber hinaus wird das nachhaltige Operational EBITDA am Kapitalmarkt im Rahmen von Multiplikatorverfahren vereinfachend zur Bestimmung des Unternehmenswertes herangezogen.

In der Ströer Gruppe wird zudem die Größe Operational EBITA für Steuerungs- und Incentivierungszwecke verwendet, da es den Grad der Investitionsaktivität über anfallende Abschreibungen widerspiegelt. Die Kennzahl dient hauptsächlich zum Vergleich von Unternehmen, die sowohl organisch als auch über Akquisitionen gewachsen sind. Letztere verfügen – wie im Falle der Ströer Gruppe – oftmals über hohe immaterielle Vermögenswerte, die bei Erstkonsolidierung einer erworbenen Einheit berücksichtigt werden und üblicherweise mit regelmäßigen Amortisierungsbuchungen in signifikanter Größenordnung einhergehen.

### Operational EBITDA 2012

In Mio. EUR



Der Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit zeigt die erwirtschafteten Einnahmeüberschüsse aus der laufenden Betriebstätigkeit und dient damit als eine wichtige Steuerungsgröße für die Finanzkraft und Schuldentilgungskraft der Ströer Gruppe. Auf dieser Basis kann auch eine Aussage darüber getroffen werden, inwieweit der Umsatz zu einem Liquiditätszufluss geführt hat (Cash-Flow Return on Revenue).

Die Nettoverschuldung bzw. die Nettoverschuldungsquote des Unternehmens ist ebenfalls eine wichtige Steuerungsgröße des Konzerns, da dauerhaftes Ergebnis- und Umsatzwachstum nur auf Basis einer angemessenen Kapitalstruktur möglich ist. Sie wird gemessen am Verhältnis der Nettoverschuldung zum Operational EBITDA.

Unser Ziel ist es, die Rendite auf das eingesetzte Kapital nachhaltig zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir unsere Steuerungs- und Controllingssysteme konsequent weiterentwickelt. Mit dem Ströer Value Added bzw. dem Return On Capital Employed (ROCE) verfügen wir über ein Instrumentarium, das eine wertorientierte Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche erlaubt. Zentrale Steuerungsgrößen des Kapitalrenditekonzepts sind der Wertbeitrag (Ströer Value Added) bzw. die Kapitalrendite ROCE. Ein positiver Wertbeitrag und damit eine Steigerung des Unternehmenswertes wird erreicht, wenn der ROCE den Kapitalkostensatz überschreitet. Um die wertorientierte Ausrichtung sicherzustellen, bildet der ROCE ab 2012 ein wichtiges Element bei der erfolgsorientierten Vergütung des Führungsgremiums.

Als nicht finanzielle externe Indikatoren berücksichtigen wir aufgrund bestehender Korrelationen zur Entwicklung des Gesamtwerbemarktes die Veränderung des Bruttosozialprodukts in unseren Kernmärkten. Zusätzlich verfolgen wir die Marktanteile der Außenwerbung und beobachten die Werbeausgaben der größten Werbungtreibenden. Hinsichtlich interner nicht finanzieller Indikatoren fließen der Anteil des Digitalgeschäfts am Gesamtumsatz und die Auslastung des Werbeträgerparks in unsere Betrachtungen ein. Als Bestandteil der nicht finanziellen Steuerungsgrößen beobachten wir auch bestimmte Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z.B. Fluktuationsraten, die Anteile männlicher und weiblicher Mitarbeiter und krankheitsbedingte Fehlzeiten.

## WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

### Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2012

Das wirtschaftliche Umfeld der Ströer AG war im Berichtsjahr 2012 von großen Unsicherheiten geprägt. Die Weltkonjunktur stand im Zeichen der Eurokrise, hoher Staatsverschuldungen innerhalb, aber auch außerhalb des Euroraums sowie einer abgeschwächten Dynamik in wichtigen asiatischen und europäischen Schwellenländern. Marktseitige Wachstumsimpulse blieben damit aus.

In Europa sorgte die Staatsschuldenkrise für große Verwerfungen an den Finanzmärkten, aber auch in der Realwirtschaft. Die notwendigen Anpassungsprozesse in den Schuldnerländern wirkten sich negativ auf die Binnennachfrage aus und ließen den Euroraum im Berichtsjahr in eine leichte Rezession abgleiten. Laut eines Gemeinschaftsberichts von zehn der renommiertesten europäischen Konjunkturforschungsinstitute (EUROFRAME) betrug der Rückgang des europäischen Bruttoinlandsprodukts (BIP) –0,5 Prozent, maßgeblich beeinflusst durch die negative wirtschaftliche Entwicklung in den südeuropäischen Ländern Spanien, Italien, Portugal und Griechenland.

Auch in den drei für uns wesentlichen Märkten Deutschland, Polen und Türkei schwächte sich das konjunkturelle Wachstum gegenüber dem Vorjahr deutlich ab. Allerdings konnten alle drei Kernmärkte im Jahresdurchschnitt noch einen Zuwachs des BIP verbuchen und bewegten sich somit über dem europäischen Durchschnitt. Jedoch hat sich auch hier das schwierige makroökonomische Umfeld negativ auf das Werbeklima ausgewirkt.

#### Deutschland

Die deutsche Wirtschaft hat sich im Jahr 2012 in einem herausfordernden weltwirtschaftlichen Umfeld als robust erwiesen. Nach einem guten Start verlor die deutsche Wirtschaft im weiteren Verlauf des Jahres jedoch mehr und mehr an Schwung. Laut Daten des Statistischen Bundesamts ging das BIP im Vergleich zum Vorquartal im vierten Quartal um –0,6 Prozent zurück, nachdem es zu Jahresbeginn noch um 1,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal zugelegt hatte. Nach einem starken BIP-Wachstum von 3,0 Prozent im Gesamtjahr 2011 nahm die Wirtschaftsleistung im Gesamtjahr 2012 damit nur noch um 0,7 Prozent zu. Wesentliche Stützen dieser Entwicklung waren neben den privaten und öffentlichen Konsumausgaben der Außenhandel, wenngleich sich die Impulse zum Jahresende abschwächten. Der private Konsum profitierte von einem sich weiter erholenden Arbeitsmarkt und höheren Realeinkommen. Die Erwerbslosenquote erreichte mit 5,3 Prozent im Jahresdurchschnitt einen langjährigen Jahrestiefststand, begleitet von einer Rekordzahl an erwerbstätigen Personen. Der Anstieg der Nettolöhne und -gehälter wurde allerdings durch die um 2,0 Prozent höheren Verbraucherpreise gedämpft.

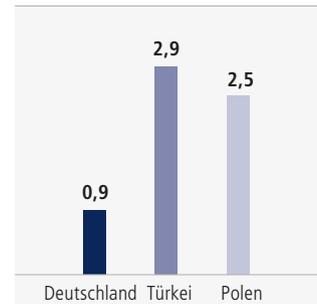
#### Türkei

In der Türkei verlor der konjunkturelle Aufschwung im Berichtszeitraum signifikant an Dynamik. Schätzungen der OECD zufolge lag das Wachstum des BIP 2012 nur bei rund 2,9 Prozent gegenüber 8,5 Prozent in 2011. Das niedrigere Wachstum in 2012 beruhte in hohem Maße auf einer zunächst stagnierenden, im Jahresverlauf sogar rückläufigen Binnennachfrage. Insbesondere der private Konsum entwickelte sich deutlich verhaltener als in den Jahren zuvor. Dies lässt sich unter anderem auf eine restriktivere Geldpolitik der türkischen Zentralbank zurückführen, die auf eine Senkung der Inflationsraten und einer Einschränkung der Kreditvergabe abzielte. Demgegenüber konnte der Export zweistellige Zuwachsraten verzeichnen. Der Anteil der Exporte in die Europäische Union hat sich zwar verringert, machte aber laut dem türkischen Statistikamt (TÜİK) in den ersten elf Monaten 2012 noch immer über ein Drittel der türkischen Exporte aus (38,8 Prozent). Trotzdem konnte die schwächere Nachfrage aus EU-Ländern durch Exporte in andere Regionen überkompensiert werden. Das Leistungsbilanzdefizit hat sich im Jahr 2012 infolge der reduzierten Importtätigkeit und der anhaltend guten Exportkonjunktur deutlich verringert.

Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich im Jahresverlauf nach hohem Vorjahresniveau deutlich abgeschwächt und lag zum Jahresende nur noch bei 6,2 Prozent.

#### Konjunkturelle Entwicklung

Erwartete reale Veränderungen des Bruttoinlandsprodukts in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe (2012)  
In %



Quelle: OECD Economic outlook 92, Dez. 2012

## Polen

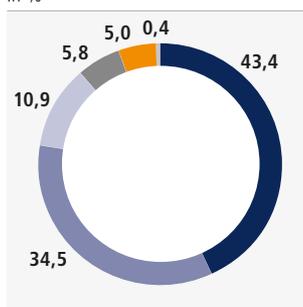
Auch Polen konnte sich im Berichtsjahr dem sich abschwächenden Trend der Globalwirtschaft und der EU nicht entziehen. Während im Vorjahr noch ein Wachstum von 4,3 Prozent erzielt wurde, reduzierte sich die Wachstumsrate des realen BIP in diesem Jahr auf 2,5 Prozent. Ursächlich für diese Entwicklung ist einerseits ein rückläufiger Außenhandel, andererseits aber auch eine zunehmend schwächere Binnennachfrage. Im Vorjahr hatten substantielle staatliche Projekte und Infrastrukturmaßnahmen im Vorfeld der Fußball-Europameisterschaft zu einer wirtschaftlichen Belebung beigetragen. In 2012 hingegen versuchte die öffentliche Hand, das Budgetdefizit des Landes durch eine Kürzung staatlicher Ausgaben zu reduzieren. Nach einem starken Frühjahr schwächte sich die Wachstumsdynamik im Jahresverlauf ab, was auch in sinkenden Geschäftsklima-Indizes zum Ausdruck kam. Die Inflationsrate lag im Jahresdurchschnitt bei voraussichtlich 3,7 Prozent und bewegte sich damit oberhalb des von der Politik gesetzten Ziels von 2,8 Prozent.

## Entwicklung der Außenwerbebranche 2012

In Westeuropa schlugen 2012 die Auswirkungen der Staatsfinanzenkrise und die Sorgen um den Zusammenhalt des Euroraums auf den Werbemarkt durch. So schätzt ZenithOptimedia, dass die Nettowerbeausgaben der wesentlichen Medien in dieser Region um 2,2 Prozent rückläufig waren, im Wesentlichen getrieben durch den deutlich zweistelligen Einbruch der Werbemärkte in den PIIGS-Staaten (Portugal, Irland, Italien, Griechenland, Spanien). In anderen Ländern Nord- und Zentraleuropas<sup>1</sup> entwickelte sich die Werbewirtschaft zumindest stagnierend (0,2 Prozent).

### Marktanteile der Medien in Deutschland (2012)

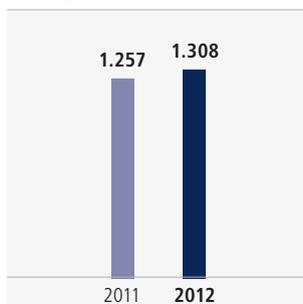
In %



Quelle: Nielsen Media Research

### Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home\*

In Mio. EUR



\* Out-of-Home = Plakat + Transport + At-Retail-Media

Quelle: Nielsen Media Research

## Deutschland

Die Dynamik des Werbemarktes der beiden Vorjahre hat sich in Deutschland 2012 abgeschwächt. Ein erster Indikator dafür sind die von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeausgaben, die im Jahr 2012 nur noch um 0,9 Prozent (Vj.: 3,5 Prozent) zunahmen. Die Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home verzeichneten ein leichtes Plus von 2,6 Prozent. Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns Trendaussagen dar, erlauben aber aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Wir gehen derzeit für 2012 – in Anlehnung an die zuletzt geäußerten Erwartungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) – von leicht gesunkenen Nettowerbeinvestitionen aus. Die offiziellen Nettomedienausgaben werden von der ZAW voraussichtlich im Mai 2013 veröffentlicht. Wir gehen davon aus, dass der Bereich TV seinen Marktanteil nicht zuletzt aufgrund der TV-wirksamen Sportveranstaltungen im Jahr 2012 (Fußball-EM in Polen und der Ukraine sowie Olympische Sommerspiele in London) leicht ausbauen konnte. Auch der Bereich Internet dürfte im Berichtsjahr wieder deutlich gewachsen sein. Größter Verlierer war im zurückliegenden Jahr aller Voraussicht nach erneut das Segment Print. Verlässliche Aussagen zu etwaigen Marktanteilsverschiebungen bei Out-of-Home, Radio und Kinowerbung sind erst nach Vorlage der Nettomarktzahlen zu treffen. Wir gehen davon aus, dass sich ein steigender Anteil digitaler Umsätze in der Außenwerbung stabilisierend ausgewirkt hat.

## Türkei

Auch der türkische Werbemarkt hat im Jahr 2012 aufgrund der makroökonomischen Unsicherheiten deutlich an Dynamik verloren. Der im Dezember 2012 veröffentlichte ZenithOptimedia Report geht von einem Wachstum des gesamten Werbemarktes von nur noch 3,5 Prozent im Jahr 2012 aus. Ähnliche Anhaltspunkte ergeben sich aus den unterjährigen Veröffentlichungen der Türkischen Vereinigung von Mediaagenturen (TAAA). Auch wenn deren Stellungnahme zum Verlauf des Medienmarktes im Gesamtjahr 2012 noch aussteht, ist davon auszugehen, dass der Medienmarkt nur noch eine Zuwachsrate im niedrigen einstelligen Prozentbereich ausweisen wird. Damit läge der Anstieg deutlich unter dem zweistelligen Wachstum des Vorjahres. Konsistente Angaben zur Nettomarktentwicklung des türkischen Out-of-Home-Medien-Marktes sind nicht verfügbar. Basierend auf den Daten von ZenithOptimedia dürfte der Bereich Internet auch im Berichtsjahr 2012

<sup>1)</sup> Enthält die übrigen Länder Westeuropas sowie ausgewählte zentraleuropäische Länder mit moderatem Wachstumsprofil und starken wirtschaftlichen Verbindungen nach Westeuropa wie Tschechien, Ungarn und Polen.

weitere Marktanteilsgewinne verzeichnet haben. Diese Entwicklung dürfte im Wesentlichen zulasten des Segments Print verlaufen sein, das seine Marktanteilsverluste der vergangenen Jahre ausgebaut haben müsste.

## Polen

Die sich im Laufe des Berichtsjahres abgeschwächte Konjunktur hat sich auch negativ auf die polnische Werbebranche ausgewirkt. Gemäß ZenithOptimedia Report aus Dezember 2012 wird im Berichtsjahr ein Rückgang der Werbeausgaben um 5,5 Prozent erwartet. An der schwachen Entwicklung konnte auch die im Juli 2012 stattgefundenen Fußball-EM nichts ändern. ZenithOptimedia geht davon aus, dass sich die Marktanteile in 2012 zugunsten von Online-Medien auf Kosten von Printmedien verschoben haben, wohingegen die Marktanteile der übrigen relevanten Medien, inklusive Außenwerbung, bei sinkenden Branchenumsätzen weitestgehend stabil geblieben sein dürften. Nach einem guten Jahresbeginn verschlechterte sich die Entwicklung der Außenwerbung im Jahresverlauf und erreichte im dritten Quartal einen Tiefpunkt, wohingegen das vierte Quartal wieder eine leichte Markterholung aufwies. Insbesondere die großen TV-Sport-Events (UEFA-Fußball-Europameisterschaft und Olympische Spiele) entzogen dem Außenwerbemarkt Budgets. Darüber hinaus hatte die Außenwerbung im Vorjahr noch von den Plakatkampagnen der Parteien vor den Parlamentswahlen profitiert. Die Anzahl der insgesamt verfügbaren Werbeträger wird sich voraussichtlich in 2012 wieder leicht reduziert und zugunsten höherwertiger Produkte verschoben haben.

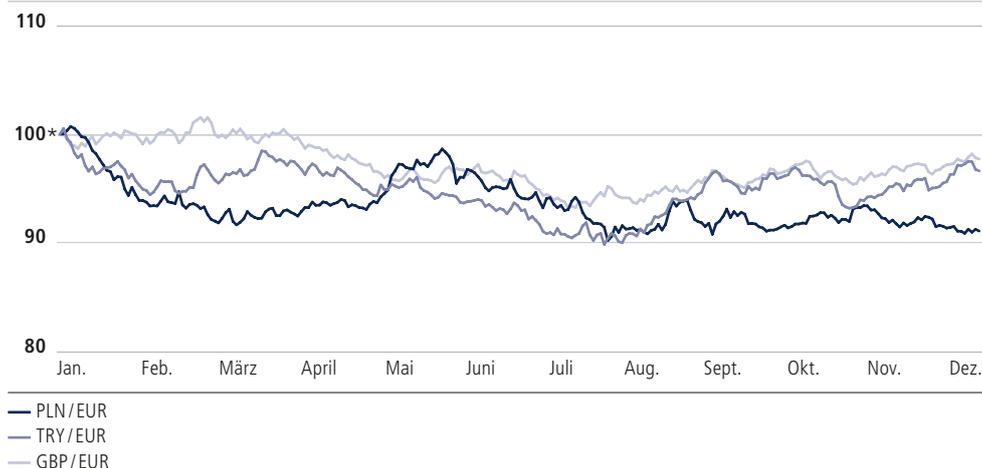
## Wechselkursentwicklung

Für unsere Geschäfte sind primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira, zum Polnischen Zloty und zum Britischen Pfund relevant. Nach einer stärkeren Abwertung im Jahr 2011 zeigte sich im Berichtsjahr eine stabile Entwicklung der Türkischen Lira. Im Vergleich der Jahresendwerte kam es in 2012 – gestützt von einer stabilitätsorientierten Geldpolitik der türkischen Zentralbank – sogar zu einer leichten Aufwertung in Höhe von 4,0 Prozent auf 2,36 TRY/EUR. Der Polnische Zloty zeichnete sich im Berichtszeitraum überwiegend durch Aufwertungstendenzen aus. Notierte der Zloty im ersten Halbjahr mit durchschnittlich 4,24 PLN/EUR noch unter Vorjahresniveau, so stieg die Währung bis zum Jahresende auf 4,07 PLN/EUR und gewann damit im Jahresverlauf gut 9 Prozent.

Trotz der schwachen Wirtschaftslage und einer expansiven Geldpolitik in Großbritannien hat sich das Britische Pfund im Jahresverlauf gegenüber dem Euro als relativ stabil erwiesen. Ausschlaggebend dafür war mehr die von der Finanzkrise ausgelöste Schwäche des Euro als die Stärke des Britischen Pfund. Der durchschnittliche Kurs lag im Jahresmittel mit 0,81 GBP/EUR um 7,0 Prozent über seinem Vorjahresniveau. Zum Jahresende notierte die Währung mit 0,82 GBP/EUR immer noch leicht über ihrem Ausgangsniveau am Jahresanfang.

## Wechselkursentwicklung 2012

Indiziert



\*2.1.2012 = 100, Kursverläufe indiziert  
Quelle: Deutsche Bundesbank

## ERTRAGSLAGE GRUPPE UND SEGMENTE

### Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

Vor dem Hintergrund eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds hat sich unsere Unternehmensgruppe im Geschäftsjahr 2012 gut behaupten können. Wir werten es als Erfolg, dass wir unsere zu Beginn des Geschäftsjahres geplanten wesentlichen Maßnahmen erfolgreich umgesetzt haben. Dazu zählen wir nicht nur den umfangreichen Aufbau der digitalen Infrastruktur in deutschen Bahnhöfen und Einkaufszentren, sondern auch die Kapazitätserweiterung in Istanbul sowie die auf eine langfristige Grundlage gestellte Konzernfinanzierung. Mit Letzterer hat Ströer nicht nur Finanzierungssicherheit bis 2017 erlangt, sondern gleichzeitig eine Vereinfachung der Kreditdokumentation, Erleichterungen bei den Kreditauflagen und Einsparungen bei den Zinskosten erzielt. Die Entwicklung der Vermögens- und Finanzlage schätzen wir insgesamt positiv ein: Das Volumen für Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen im Berichtsjahr konnte erneut voll aus dem Cash-Flow der operativen Geschäftstätigkeit finanziert werden. Mit einer auf zuletzt 32,4 Prozent verbesserten Eigenkapitalquote und der niedrigsten Nettoverschuldung seit fünf Jahren (302,1 Millionen Euro) weisen wir zum Jahresende 2012 ein solides Bilanzbild aus.

Die Entwicklung der Ertragslage ist dagegen in allen Segmenten deutlich hinter unseren Erwartungen zurück geblieben. Dies ist insbesondere auf das zurückhaltende Buchungsverhalten unserer überregional agierenden Großkunden im In- und Ausland zurückzuführen, während das Geschäft mit unseren regionalen Kunden weiterhin stabil verlief. Der Rückgang des Umsatzes verbunden mit einem weniger profitablen Umsatzmix und diversen Anlaufkosten aus begonnenen Kapazitätserhöhungen führten zu einer deutlichen Einbuße des Operational EBITDA und nachgelagerten Ergebnisgrößen auf Konzernebene. Insgesamt sehen wir den Ströer Konzern trotz der konjunkturellen Unsicherheit operativ und finanziell gut positioniert, um zukünftig die sich bietenden Chancen aus dem strukturellen Wandel des Medienmarktes angemessen nutzen zu können.

### Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Der Ströer Konzern hatte seine im Prognosebericht des Vorjahres dargestellten Ziele für das Geschäftsjahr 2012 auf Basis einer vorwiegend positiven Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufgestellt. Insbesondere waren wir in Übereinstimmung mit Marktforschungsinstituten von steigenden Nettowerbeausgaben in unseren Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen ausgegangen. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des sehr kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, schnell wechselndem Marktsentiment und konjunkturellen Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Nach vorläufigen Zahlen haben sich die Nettowerbeausgaben in den genannten Märkten, anders als erwartet, insgesamt deutlich reduziert. Hiervon war auch die Außenwerbung betroffen. Da sich die erwarteten Rahmenbedingungen im Jahresverlauf nicht eingestellt haben, konnte Ströer seine Ziele größtenteils nicht erreichen. Vor dem Hintergrund des eingetrübten Umfelds ist die wirtschaftliche Entwicklung dennoch zufriedenstellend.

Im Hinblick auf das **organische Umsatzwachstum** der Gruppe rechneten wir für das Geschäftsjahr 2012 mit einem Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Tatsächlich beendete der Ströer Konzern das Jahr mit einem organischen Umsatzrückgang in Höhe von –4,0 Prozent. Ein wesentlicher Anteil dieses Rückgangs entfiel auf einen Großkunden in Deutschland, der seine Werbeaktivitäten – auch in der Außenwerbung – ab April 2012 deutlich zurückgefahren bzw. zeitweise komplett eingestellt hatte.

In unserer Prognose waren wir des Weiteren von einer Zunahme des operativen Konzernergebnisses vor Zinsen und Abschreibungen (**Operational EBITDA**) ausgegangen. Aufgrund des Umsatzrückgangs in Kombination mit höheren Umsatzkosten, die vor allem expansions- und inflationsbedingt in der Türkei gestiegen sind und auch aus einem weniger vorteilhaften Produktmix in Deutschland herrühren, blieb auch das erwirtschaftete Operational EBITDA mit 107,0 Millionen Euro (Vj.: 132,3 Millionen Euro) deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Die **Operational EBITDA-Marge** hatten wir für das Jahr 2012 auf einem ähnlichen Niveau wie im Vorjahr prognostiziert. Aufgrund der oben beschriebenen Effekte konnte die tatsächlich erzielte Operational EBITDA-Marge in unseren Geschäftsfeldern nicht das Vorjahresniveau erreichen.

Ferner waren wir für das Geschäftsjahr 2012 in unserer Vorjahresprognose von einem verbesserten **Konzernergebnis** ausgegangen. Trotz der Einbußen im operativen Geschäft konnte das Jahresergebnis um 1,8 Millionen Euro gesteigert werden. Der Konzern beendete das Geschäftsjahr 2012 dennoch mit einem Fehlbetrag in Höhe von –1,8 Millionen Euro, nach –3,6 Millionen Euro im Vorjahr.

Die wirtschaftliche Lage in den Unternehmensbereichen wird im weiteren Verlauf dieses Kapitels ausführlich erläutert. Einen Überblick über die Entwicklung des Konzerns in den vergangenen fünf Jahren geben die Darstellungen unter den finanzwirtschaftlichen Kennzahlen und die Fünf-Jahres-Übersicht.

## Ertragslage des Konzerns

### Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. EUR	2012	2011	2010	2009	2008
<b>Fortgeführte Geschäftsbereiche</b>					
Umsatzerlöse	560,6	577,1	531,3	469,8	493,4
Umsatzkosten	–386,5	–372,1	–332,7	–300,7	–300,1
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>174,1</b>	<b>205,0</b>	<b>198,6</b>	<b>169,1</b>	<b>193,2</b>
Vertriebskosten	–75,4	–74,5	–70,7	–67,3	–74,5
Verwaltungskosten	–71,8	–75,1	–88,0	–64,6	–70,0
Sonstige betriebliche Erträge	16,5	15,9	79,5	13,7	20,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	–9,6	–14,3	–8,3	–11,9	–10,8
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	0,0	0,0	0,0	0,0	–4,1
<b>EBIT</b>	<b>33,7</b>	<b>56,9</b>	<b>111,2</b>	<b>38,9</b>	<b>53,9</b>
<b>EBITDA</b>	<b>100,4</b>	<b>121,1</b>	<b>165,2</b>	<b>93,3</b>	<b>91,6</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>107,0</b>	<b>132,3</b>	<b>127,3</b>	<b>100,0</b>	<b>102,5</b>
Finanzergebnis	–31,9	–49,8	–52,8	–47,3	–54,8
<b>EBT</b>	<b>1,8</b>	<b>7,1</b>	<b>58,3</b>	<b>–8,3</b>	<b>–0,8</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	–3,6	–10,7	–0,2	9,6	–13,7
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>–1,8</b>	<b>–3,6</b>	<b>58,1</b>	<b>1,2</b>	<b>–14,5</b>
<b>Ergebnis nach Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>–0,1</b>	<b>0,0</b>
<b>Konzernergebnis</b>	<b>–1,8</b>	<b>–3,6</b>	<b>58,1</b>	<b>1,1</b>	<b>–14,5</b>

### Umsatzentwicklung

Die **Umsatzerlöse** des Ströer Konzerns sind im Geschäftsjahr 2012 von 577,1 Millionen Euro um 16,5 Millionen Euro auf 560,6 Millionen Euro zurückgegangen. Dieser Rückgang steht in Verbindung mit der unsicheren volkswirtschaftlichen Situation und einer uneinheitlichen Entwicklung der Werbemärkte in unseren Kernländern. Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

In Mio. EUR	2012	2011
Ströer Deutschland	411,4	427,1
Ströer Türkei	91,3	88,8
Sonstige	57,9	61,2
<b>Summe</b>	<b>560,6</b>	<b>577,1</b>

Während die Inlandsumsätze um 3,6 Prozent auf 418,9 Millionen Euro (Vj: 434,7 Millionen Euro) gesunken sind, fiel der prozentuale Rückgang bei den Auslandsumsätzen aufgrund leicht verbesserter Umsätze in der Türkei mit 0,4 Prozent auf 141,7 Millionen Euro (Vj: 142,3 Millionen Euro) moderater aus. Der Umsatzanteil ausländischer Einheiten erhöhte sich damit auf 25,3 Prozent (Vj: 24,7 Prozent).

Gerade unsere nationalen Großkunden zeigten ein zurückhaltendes Buchungsverhalten. Dazu zählen wir auch einen bedeutenden Kunden aus der Mobilfunkbranche in Deutschland, der seine Außenwerbeaktivitäten ab April 2012 vorübergehend eingestellt hatte, mit Beginn des Geschäftsjahres 2013 aber wieder aktiv geworden ist. Auf den Umsatzrückgang dieses Großkunden entfiel im Berichtsjahr ein niedriger zweistelliger Millionen-Euro-Betrag. Diese nachteiligen Effekte konnten nur teilweise durch gestiegene Umsatzbeiträge aus dem Wachstumsprojekt Out-of-Home-Channel und dem Regionalgeschäft kompensiert werden. Des Weiteren machten sich in unseren Segmenten auch Sondereffekte aus Budgetverschiebungen zum Zeitpunkt der Fußball-Europameisterschaft und den Olympischen Spielen bemerkbar, die insbesondere bei Ströer Polen mit dem dort anhaltenden Wettbewerbsdruck in einem weiterhin fragmentierten Markt zusammenfielen.

Die Umsatzentwicklung in der Außenwerbebranche wie auch in unserem Unternehmen unterliegt ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die gesamte übrige Medienbranche. Während das zweite und das vierte Quartal generell durch höhere Umsatz- und Ergebnisbeiträge geprägt sind, fallen das erste und das dritte Quartal regelmäßig schwächer aus. Dieses Muster wird in der nachfolgenden Tabelle deutlich, aus der die quartalsweisen Verteilungen von Umsatz und Operational EBITDA hervorgehen:

#### Umsatzentwicklung 2012 nach Quartalen

In Mio. EUR

Q1		118,6
Q2		148,8
Q3		130,0
Q4		163,2
<b>Q1-Q4</b>		<b>560,6</b>

#### Operational EBITDA-Entwicklung 2012 nach Quartalen

In Mio. EUR

Q1		9,3
Q2		31,5
Q3		17,7
Q4		48,5
<b>Q1-Q4</b>		<b>107,0</b>

#### Ergebnisentwicklung

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** verzeichnete gegenüber dem Vorjahreswert einen Rückgang um 30,9 Millionen Euro auf 174,1 Millionen Euro. Hintergrund sind die gesunkenen Umsätze in Kombination mit einem Anstieg der Umsatzkosten um 3,9 Prozent auf 386,5 Millionen Euro (Vj.: 372,1 Millionen Euro). Die Bruttoergebnismarge fiel dementsprechend um 4,5 Prozentpunkte auf 31,1 Prozent. Der Anstieg der Umsatzkosten resultiert im Wesentlichen aus gestiegenen Miet- und Pacht aufwendungen in Deutschland und der Türkei, die zum Teil aus neuen Kapazitäten stammen.

Das schwächere Bruttoergebnis vom Umsatz hat sich auch nachteilig auf das **Jahresergebnis** des Ströer Konzerns ausgewirkt. Dies wurde jedoch insbesondere durch rückläufige Verwaltungskosten sowie ein verbessertes Finanz- und Steuerergebnis überkompensiert.

Letztlich hat sich das Jahresergebnis gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,8 Millionen Euro auf –1,8 Millionen Euro verbessert.

Die um das Wechselkurergebnis und weitere Sondereffekte bereinigten Ergebniskennzahlen spiegeln die Ertragseinbußen im operativen Geschäft wider. So ging das **Net Adjusted Income**<sup>1)</sup> gegenüber dem Vorjahr um 16,3 Millionen Euro auf 24,0 Millionen Euro zurück. Wesentlicher Treiber ist das darin einfließende **Operational EBITDA**<sup>2)</sup>, welches gegenüber dem Vorjahr deutlich um 25,3 Millionen Euro auf 107,0 Millionen Euro nachgegeben hat.

→ Nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzkosten finden Sie auf Seite 53

→ Nähere Informationen zur bereinigten Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie auf Seite 162

<sup>1)</sup> Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

<sup>2)</sup> Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte

### Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen

Der Anstieg der **Umsatzkosten** von 372,1 Millionen Euro auf 386,5 Millionen Euro resultierte im Wesentlichen aus zusätzlichen Mieten für neu abgeschlossene Werberechtskonzessionen sowie aus Preisanpassungen bei inflationsgebundenen Mietverträgen in der Türkei. Daneben haben Preis- und Mengeneffekte bei den Stromkosten (unter anderem aufgrund einer höheren Anzahl digitaler Werbeflächen) sowie ein größerer Umsatzanteil pachtintensiver Produkte zum Kostenanstieg beigetragen. In den Umsatzkosten enthalten sind ferner höhere Abschreibungen, die aus dem im Geschäftsjahr 2011 begonnenen und in 2012 vorangetriebenen Aufbau der digitalen Werbeträger resultieren.

Die **Vertriebskosten** haben im Berichtsjahr leicht um 0,9 Millionen Euro auf 75,4 Millionen Euro zugelegt. Ausschlaggebend dafür waren unter anderem Gehaltsanpassungen. Darüber hinaus erforderten die Wachstumsprojekte die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter. Aufgrund des Umsatzrückgangs ist die Vertriebskostenquote erstmals seit 2008 wieder leicht um 50 Basispunkte auf 13,5 Prozent angestiegen.

Der Rückgang der **Verwaltungskosten** um 3,3 Millionen Euro auf 71,8 Millionen Euro hat den Anstieg der Vertriebskosten mehr als kompensiert. Ursächlich hierfür waren im Wesentlichen niedrigere Personalaufwendungen sowie Einsparungen bei EDV-Kosten. Die Verwaltungskostenquote sank im Vorjahresvergleich von 13,0 Prozent auf 12,8 Prozent.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** sind geprägt von Erträgen aus der Auflösung von Rückstellungen sowie von Wechselkurserträgen aus laufender Geschäftstätigkeit. Gegenüber dem Vorjahr verzeichneten sie einen Anstieg um 0,6 Millionen Euro auf 16,5 Millionen Euro. Zu dem Anstieg trugen auch Einnahmen aus der Vermietung von im Eigentum einer Tochtergesellschaft stehenden Werbeträgern an Dritte bei.

→ Eine detailliertere Darstellung der sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen finden Sie in den Abschnitten 13 und 14 des Konzernanhangs auf Seite 121

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** enthalten unter anderem Wertberichtigungen auf Forderungen, Wechselkursaufwendungen aus laufender Geschäftstätigkeit sowie Ergebnisse aus dem Abgang von Vermögenswerten. Der Rückgang um 4,7 Millionen Euro auf 9,6 Millionen Euro ergibt sich überwiegend aus dem Wegfall einer steuerlichen Sonderbelastung in der Türkei, die im Vorjahr zu Zahlungen pauschaler Beträge für abgelaufene Veranlagungszeiträume in Höhe von rund 3,4 Millionen Euro geführt hatte.

→ Weitere Einzelheiten zum Finanzergebnis finden Sie in Abschnitt 15 des Konzernanhangs auf Seite 122

Das **Finanzergebnis** hat sich gegenüber dem Vorjahr von –49,8 Millionen Euro um 17,9 Millionen Euro auf –31,9 Millionen Euro verbessert. Vorrangiger Grund waren die Aufwertungen der Türkischen Lira und des Polnischen Zloty. Diese hatten positive Bewertungseffekte für die auf Euro lautenden konzerninternen Darlehen zur Folge, welche die Konzernholding den jeweiligen Konzerngesellschaften zur Verfügung stellt. Infolgedessen konnte Ströer in 2012 ein positives Wechselkursergebnis von 5,6 Millionen Euro verzeichnen, nachdem im Vorjahr noch ein negatives Ergebnis aus Wechselkurseffekten von –14,6 Millionen Euro ausgewiesen worden war. Darüber hinaus hat sich das Zinsergebnis aufgrund der optimierten Kreditstruktur, einer rückläufigen Zinsentwicklung an den Kapitalmärkten sowie des Auslaufens von Festzinsverpflichtungen um 5,1 Millionen Euro verbessert. Dieser positive Trend im Zinsergebnis wurde jedoch durch einmalige nicht zahlungswirksame Aufwendungen überlagert, die im Zusammenhang mit der Ablösung der bisherigen Konzernfinanzierung stehen. Diesbezüglich wurden noch nicht vollständig amortisierte Transaktionskosten aus den abgelösten Darlehen in Höhe von 7,5 Millionen Euro als sonstiger Zinsaufwand erfasst, sodass das Zinsergebnis gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Millionen Euro nachgegeben hat.

Der **Steueraufwand** vom Einkommen und Ertrag ist im Vergleich zum Vorjahr von –10,7 Millionen Euro auf –3,6 Millionen Euro zurückgegangen. Hintergrund dieser Entwicklung ist einerseits das schwächere operative Geschäft, das zu einer entsprechenden Reduzierung der Steuerbemessungsgrundlage geführt hat. Andererseits haben wir erstmals steuerliche Verlustvorträge einer inländischen Tochtergesellschaft ansetzen können. Bei der Bestimmung der Konzernsteuerquote machen sich weiterhin die gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Miet- und Pacht aufwendungen sowie die nach lokalem Steuerrecht in der Türkei nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben bemerkbar.

## Geschäfts- und Ertragslage der Segmente

→ Nähere Informationen finden Sie im Abschnitt 34 auf Seite 144

### Ströer Deutschland

In Mio. EUR	2012	2011	Veränderung (%)
<b>Segmentumsatz</b>	<b>411,7</b>	427,3	-3,7
Billboard	164,4	179,6	-8,5
Street Furniture	123,4	127,2	-3,0
Transport	90,6	87,9	3,0
Sonstige	33,3	32,6	2,0
<b>Operational EBITDA</b>	<b>97,5</b>	115,3	-15,4
<b>Investiver Cash-Flow</b>	<b>21,7</b>	38,0	-42,9

Das Segment Ströer Deutschland konnte im Geschäftsjahr 2012 nicht an die Umsätze des Vorjahres anknüpfen. Der **Segmentumsatz** fiel um -15,6 Millionen Euro auf 411,7 Millionen Euro. Dieser Rückgang beruhte insbesondere auf der Entwicklung in den Produktgruppen Billboard und Street Furniture, die zusammen um 19,0 Millionen Euro unter Vorjahr lagen. In beiden Bereichen machte sich das zurückhaltende Buchungsverhalten unserer nationalen Großkunden deutlich bemerkbar, in dessen Folge die Auslastung der Werbeträgerkapazitäten zurückging. Hiervon war besonders die margenstarke Produktgruppe Billboard betroffen. Positiv entwickelte sich dagegen das regionale Geschäft, das einen leichten Umsatzanstieg aufweisen konnte. Im Gegensatz zu den Bereichen Billboard und Street Furniture konnte die Produktgruppe Transport einen Umsatzzuwachs von 2,7 Millionen Euro erzielen. Dieser ist maßgeblich auf die deutlich gestiegenen Beiträge des Out-of-Home-Channels zurückzuführen.

Das **Operational EBITDA** blieb im Segment Ströer Deutschland mit 97,5 Millionen Euro um 17,8 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau. Zu diesem Rückgang haben neben niedrigeren Umsätzen auch Verschiebungen im Produktmix beigetragen, die einen überproportionalen Anstieg der Miet- und Pacht aufwendungen zur Folge hatten. Gleichzeitig sind Bewirtschaftungskosten, insbesondere die Strom- sowie Anlaufkosten, die im Rahmen der digitalen und regionalen Wachstumsprojekte angefallen sind, deutlich angestiegen. Zwar haben sich demgegenüber die Verwaltungskosten leicht rückläufig entwickelt, insgesamt konnte aber ein Abschmelzen des Operational EBITDA sowie der **Operational EBITDA-Marge** um -3,3 Prozentpunkte auf 23,7 Prozent nicht verhindert werden.

Vor dem Hintergrund eines herausfordernden operativen Geschäftsverlaufs hat das Segment Ströer Deutschland sein Investitionstempo im Geschäftsjahr 2012 entsprechend angepasst, wobei der Schwerpunkt der Erweiterungsinvestitionen auf dem Ausbau des Out-of-Home-Channel-Netzwerks lag. Insgesamt belief sich der **investive Cash-Flow** im Segment Ströer Deutschland auf 21,7 Millionen Euro (Vj.: 38,0 Millionen Euro).

**Ströer Türkei**

In Mio. EUR	2012	2011	Veränderung (%)
<b>Segmentumsatz</b>	<b>91,3</b>	89,0	2,6
Billboard	67,7	65,1	4,1
Street Furniture	23,2	23,0	0,6
Transport	0,2	0,9	-76,1
Sonstige	0,2	0	n/a
<b>Operational EBITDA</b>	<b>12,9</b>	20,3	-36,7
<b>Investiver Cash-Flow</b>	<b>13,7</b>	13,5	1,5

Das Segment Ströer Türkei erreichte im Geschäftsjahr 2012 einen **Umsatz** von 91,3 Millionen Euro und verzeichnete damit gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Umsatzplus von 2,3 Millionen Euro. Zum Umsatzanstieg haben im Berichtsjahr nicht nur positive Währungseffekte in der Größenordnung von 1,4 Millionen Euro beigetragen, sondern auch eine deutlich verbesserte Geschäftsaktivität im vierten Quartal. Gegenläufig haben sich Umsatzrückgänge aus aufgegebenen margenschwachen Vertriebsverträgen in Höhe von 2,5 Millionen Euro ausgewirkt. Bereinigt um Währungsveränderungen sowie den Wegfall der Vertriebsverträge zogen die Umsätze organisch um 2,7 Prozent an. Auch in der Türkei beobachteten wir zunächst eine deutliche Zurückhaltung im Buchungsverhalten unserer Großkunden, die allerdings zum Jahresende einem positiven Sentiment wich. Auf Gesamtjahressicht gingen die nationalen Umsätze leicht zurück, während sich das Regionalgeschäft deutlich positiv entwickelte.

Trotz des leichten Umsatzwachstums ging das **Operational EBITDA** im türkischen Segment um 7,5 Millionen Euro auf 12,9 Millionen Euro zurück. Ursächlich waren im Wesentlichen die gestiegenen Umsatzkosten aus kapazitäts- und inflationsbedingt höheren Mietaufwendungen. So führte die Erweiterung des Vermarktungsvertrags in Istanbul in 2012 zu substantiellen Anlaufkosten in Form fest vereinbarter Vermarktungsaufwendungen, denen erst sukzessiv zusätzliche Umsätze gegenüberstanden. Dies hatte ebenso eine Margenverschlechterung zur Folge wie die Inflationsanpassungsklauseln, die in einem Teil der türkischen Werberechtsverträge enthalten sind. Eine anziehende Teuerungsrate in der Türkei führte automatisch zu einer Erhöhung der entsprechenden Mietaufwendungen im Folgejahr. Zudem sind auch die allgemeinen Bewirtschaftungskosten im Zuge der Inflation leicht angestiegen. Diese Kostensteigerungen konnten nur teilweise durch Einsparungen bei den Verwaltungs- und Vertriebskosten kompensiert werden. In Summe hat sich die **Operational EBITDA-Marge** um -8,8 Prozentpunkte auf 14,1 Prozent vermindert.

Der **Investive Cash-Flow** im Segment Türkei lag im Berichtsjahr mit 13,7 Millionen Euro um 0,2 Millionen Euro leicht über dem Vorjahreswert von 13,5 Millionen Euro. Darin enthalten sind Investitionsauszahlungen in Höhe von 2,7 Millionen Euro (Vj.: 2,8 Millionen Euro) aus noch offenen Kaufpreiszahlungen für den vollständigen Erwerb der CBA İletisim ve Reklam Pazarlama Ltd. Sti. im Vorjahr. Der Großteil der Investitionen entfiel auf den Kapazitätsaufbau in diversen türkischen Metropolen, worunter erstmals auch mehrere Hundert Premium Billboards in Istanbul zählten.

## Sonstige

In Mio. EUR	2012	2011	Veränderung (%)
<b>Segmentumsatz</b>	<b>57,9</b>	61,4	-5,6
Billboard	54,5	57,3	-4,8
Street Furniture	0,6	0,5	14,2
Transport	0,7	0,4	68,4
Sonstige	2,1	3,2	-32,5
<b>Operational EBITDA</b>	<b>4,4</b>	5,7	-23,1
<b>Investiver Cash-Flow</b>	<b>0,3</b>	1,4	-85,7

In dem Segment Sonstige sind unsere polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der blowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Im Teilsegment **Polen** sind die Umsätze gegenüber dem Vorjahr im mittleren einstelligen Prozentbereich zurückgegangen. Maßgeblich für diese Entwicklung war ein Rückgang des Außenwerbe-marktes verbunden mit einem anhaltenden Preisdruck. Dies konnte nur teilweise durch verbesserte Auslastungsquoten kompensiert werden. Auch die im Berichtsjahr ausgetragene Fußball-Europameisterschaft sowie die Olympischen Spiele haben sich über Budgetverschiebungen bzw. -kürzungen nachteilig auf die Außenwerbung ausgewirkt. Zudem beinhaltete das Vorjahr positive Sondereffekte aus Parteienwerbung im Vorfeld der polnischen Parlamentswahlen. Die rückläufigen Umsätze konnten jedoch ergebnisseitig durch substanzielle Einsparungen bei den Verwaltungskosten überkompensiert werden, sodass im Vergleich zum Vorjahr ein leichter Anstieg des Operational EBITDA verzeichnet werden konnte.

Das Teilsegment **blowUP** konnte die hohen Umsätze des Vorjahres nicht wiederholen. Während die Gruppe im Vorjahr noch in erheblichem Umfang von margenträchtigen grenzüberschreitenden Kampagnen profitierte, fiel diese Kundenaktivität im Geschäftsjahr 2012 deutlich geringer aus. Auch die zusätzlichen Riesenposteraufträge unserer englischen Tochtergesellschaft im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen konnten diesen Effekt nicht kompensieren. Dementsprechend gingen die Umsätze der blowUP-Gruppe im mittleren einstelligen Prozentbereich zurück. Gleichzeitig gab auch das Operational EBITDA gegenüber dem Vorjahr nach.

Das Segment Sonstige beendete das Geschäftsjahr 2012 mit einem um 1,3 Millionen Euro auf 4,4 Millionen Euro rückläufigen **Operational EBITDA**. Der **investive Cash-Flow** betrug im Berichtsjahr 0,3 Millionen Euro nach 1,4 Millionen Euro im Vorjahr. Der Vorjahresbetrag umfasste dabei unter anderem die Übernahme eines Riesenposterportfolios in den Niederlanden.

## FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### Grundzüge der Finanzierungsstrategie

Die Sicherung der finanziellen Flexibilität hat höchste Priorität in der Finanzierungsstrategie der Ströer Gruppe. Dies gewährleisten wir durch eine Auswahl von Finanzierungsinstrumenten, bei denen Kriterien wie Marktkapazität, Investorendiversifikation, Flexibilität bei der Inanspruchnahme, Kreditauflagen und das Fälligkeitsprofil angemessen berücksichtigt werden.

Zu den wesentlichen Zielen des Finanzmanagements der Ströer Gruppe gehören die:

- Sicherung der Liquidität und deren gruppenweite effiziente Steuerung
- Erhaltung und laufende Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns
- Reduktion der finanziellen Risiken auch unter Einsatz von Finanzinstrumenten
- Optimierung der Kapitalkosten für Fremd- und Eigenkapital

In Anbetracht der anhaltenden Unsicherheiten an den internationalen Finanzmärkten halten wir eine strikte Liquiditätsorientierung des Unternehmens weiterhin für essenziell. Unsere Finanzierung ist strukturell so ausgestaltet, dass sie uns ein ausreichendes Maß an unternehmerischer Flexibilität ermöglicht, um dadurch angemessen auf Markt- bzw. Wettbewerbsveränderungen reagieren zu können. Daneben sehen wir in der kontinuierlichen Optimierung unserer Finanzierungskosten und Kreditauflagen ein weiteres wichtiges Finanzierungsziel.

Im Rahmen unserer Finanzierungsbausteine achten wir auf ein angemessenes Fälligkeitsprofil unserer Finanzverbindlichkeiten sowie auf ein ausgewogenes Portfolio von mit uns zusammenarbeitenden Kreditinstituten. Wir selbst operieren auf Basis verbindlicher Standards, die Fremdkapitalgebern Transparenz und Fairness gewährleisten.

Der externe Finanzierungsspielraum wird im Ströer Konzern aktuell durch ein Bankensyndikat aus zehn ausgewählten, national und international ansässigen Finanzinstitutionen zur Verfügung gestellt. Es handelt sich hierbei um ein langfristig bis Juli 2017 ausgereichtes endfälliges Darlehen in Höhe von 275 Millionen Euro sowie eine revolvingende Betriebsmittellinie mit gleicher Fälligkeit in Höhe von 225 Millionen Euro. Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 20 Prozent aller Kreditbeträge auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Da wir die Betriebsmittellinie nur in geringem Maße für das Avalgeschäft in Anspruch genommen haben, stehen uns über den zum Bilanzstichtag (31. Dezember 2012) bestehenden Kassensaldo (23,5 Millionen Euro) hinaus substantielle ungenutzte Finanzierungsspielräume zur Verfügung. Im Zuge der im Juli 2012 umgesetzten Refinanzierung konnten wir nicht nur die Finanzierungskosten für den syndizierten Kredit weiter reduzieren, sondern auch Erleichterungen bei den Kreditauflagen und eine Freigabe sämtlicher Sicherheiten erwirken. Die Kreditmargen für die verschiedenen Kredittranchen bewegen sich je nach Verschuldungsquote in einer Bandbreite zwischen 175 Basispunkten und 360 Basispunkten. Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen marktüblichen Usancen und bestehen aus zwei Kennziffern (Leverage Ratio und Fixed Charge Ratio), die auch zum Jahresende mit deutlichem Abstand zur jeweiligen Covenant-Grenze erfüllt wurden. Zum 31. Dezember 2012 standen nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von 193,5 Millionen Euro (Vj.: 76,2 Millionen Euro) zur Verfügung.

Die noch im Vorjahr ausgewiesenen Nachrangdarlehen in einer Größenordnung von insgesamt rund 21 Millionen Euro wurden zum Zeitpunkt der Refinanzierung vorzeitig getilgt.

Die verbliebenen Verbindlichkeiten sind überwiegend variabel verzinst. Für rund 110 Millionen Euro dieser syndizierten Kreditfazilitäten bestehen noch Festzinsswaps, deren Laufzeit allerdings in den Jahren 2013 und 2015 enden wird. Bereits im Geschäftsjahr 2012 ist ein Großteil (300 Millionen Euro) der vor Finanzkrise abgeschlossenen Zinsderivate abgelaufen. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand regelmäßig mit einer etwaigen Fortsetzung solcher Festzinsderivate auseinander.

Im Cash-Management konzentrieren wir uns auf die Steuerung unserer Liquidität sowie die Optimierung der Zahlungsströme innerhalb des Konzerns. Dabei wird der Finanzierungsbedarf von Tochtergesellschaften – soweit nicht über die Innenfinanzierung der Gesellschaft abbildbar – prinzipiell über interne Darlehensbeziehungen abgedeckt. Im Ausnahmefall werden auch Kreditlinien mit lokal ansässigen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Anforderungen Rechnung zu tragen. Diesen Leitgedanken entsprechend erfolgte die Finanzierung der Tochtergesellschaften auch im Jahr 2012 hauptsächlich über die Konzernholding. Innerhalb der Unternehmenseinheiten werden die bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – in sogenannten automatischen Cash Pools zusammengeführt und vom Konzern-Treasury verwaltet. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Ströer Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

Im zurückliegenden Jahr ist es uns trotz rückläufiger Ergebnisse gelungen, unsere Nettofinanzverschuldung mit insgesamt 302,1 Millionen Euro leicht unter das Niveau des Vorjahres zu drücken. Im Jahr 2012 haben die Ströer AG sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditauflagen und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

Wir beabsichtigen mittelfristig, unsere Bankenfinanzierung zugunsten einer stärker kapitalmarkt-orientierten Verschuldung zu diversifizieren. Dafür werden wir wiederkehrend im Rahmen unseres Finanzierungsmanagements verschiedene Finanzierungsoptionen (wie zum Beispiel Schuldscheindarlehen und Unternehmensanleihen) prüfen und dabei auch die weitere Optimierung des Fristigkeitsprofils unserer Finanzschulden berücksichtigen.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente nutzt der Ströer Konzern nur in geringem Umfang in Form von Factoring. Zurzeit besteht eine solche Vereinbarung für den Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zwischen einer türkischen Konzerngesellschaft und einem dort ansässigen Finanzinstitut. Weitere Instrumente (wie z. B. Asset Backed Securities, Sale-and-Lease-Back sowie verschiedene andere Formen) kommen im Ströer Konzern aktuell nicht zum Einsatz. Wir nutzen operatives Leasing primär für EDV-Zubehör und Fahrzeuge. Aufgrund des geringen Umfangs hat das operative Leasing aber keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

### Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Der Ströer Konzern weist eine ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage auf. Die Finanzierung wurde im Geschäftsjahr 2012 durch eine neu abgeschlossene syndizierte Kreditfazilität für weitere fünf Jahre auf eine sichere Grundlage gestellt. Die in diesem Zusammenhang gewährten Kreditlinien verschaffen Ströer einen komfortablen Finanzierungsspielraum, um auch künftig flexibel am Markt agieren zu können. Gleichzeitig wurden frei verfügbare liquide Mittel zur Tilgung von Darlehen genutzt, um die Zinslast dauerhaft zu senken. Der Konzern verfügte zum Stichtag über liquide Mittel in Höhe von 23,5 Millionen Euro (Vj.: 134,0 Millionen Euro) sowie über langfristig zugesagte, nicht gezogene Kreditlinien in Höhe von 193,5 Millionen Euro (Vj.: 76,2 Millionen Euro). Der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – belief sich zum Ende des Berichtsjahres auf 2,8 (Vj.: 2,3). In diesem Verschuldungsgrad machte sich bei nahezu unveränderter Nettoverschuldung das verminderte Operational EBITDA nachteilig bemerkbar. Die Eigenkapitalausstattung des Ströer Konzerns stellte sich dagegen mit einer um 4,5 Prozentpunkte verbesserten Quote von 32,4 Prozent (Vj.: 27,8 Prozent) nach wie vor als sehr komfortabel dar.

→ Weiterführende Informationen zu den Finanzverbindlichkeiten finden Sie auf Seite 141

## Finanzlage

In Mio. EUR	2012	2011	2010	2009	2008
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	54,9	95,0	30,3	36,1	21,2
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-44,1	-57,0	-98,5	-19,5	-62,7
Free Cash-Flow	10,8	38,0	-68,2	16,6	-41,5
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-121,4	-10,1	117,1	-1,9	6,0
Mittelveränderung	-110,6	27,9	48,9	14,8	-35,5
Mittelbestand am Ende der Periode	23,5	134,0	106,1	57,3	42,5

## Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Der **Cash-Flow aus operativer Tätigkeit** betrug im Berichtsjahr 54,9 Millionen Euro und blieb damit um 40,1 Millionen Euro hinter dem hohen Vorjahreswert von 95,0 Millionen Euro. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf das schwächere Geschäftsvolumen bei geringerer Profitabilität zurückzuführen. Darüber hinaus hatte sich im Vorjahr das verbesserte Working Capital Management positiv im Cash-Flow niedergeschlagen. Diese positive Tendenz setzte sich in 2012 fort, erreichte aber nicht mehr die Größenordnung des Vorjahres. So führten erhaltene Anzahlungen für im Jahr 2013 zu erbringende Leistungen zwar zu einem nochmals verbesserten Working Capital, jedoch wurde dieser Effekt durch höhere Forderungen aus Lieferungs- und Leistungsbeziehungen zum Teil kompensiert. Des Weiteren haben die im Rahmen des rückläufigen Marktzinsniveaus und der neuen Kapitalstruktur gesunkenen Zinsaufwendungen im Vergleich zum Vorjahr zu niedrigeren Zinsauszahlungen geführt und sich damit vorteilhaft im operativen Cash-Flow bemerkbar gemacht.

Unsere Investitionen haben wir im Geschäftsjahr 2012 aufgrund des schwächeren Geschäftsverlaufs deutlich zurückgefahren. Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** lag mit -44,1 Millionen Euro um 12,9 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Im Fokus unserer Investitionen standen dabei Wachstumsprojekte wie der Out-of-Home-Channel und der Kapazitätsausbau in Istanbul. Die Investitionen für diese beiden Projekte beliefen sich in 2012 auf einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag. Darüber hinaus wurden rund 8 Millionen Euro in die Entwicklung von Werbeträgern sowie in eine verbesserte IT-Landschaft investiert. Für in Vorjahren erworbene Unternehmen wurden zudem nachgelagerte Kaufpreiszahlungen in Höhe von 2,7 Millionen Euro geleistet. Der Ströer Konzern konnte seine nach dem Krisenjahr 2008 getätigten Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen von rund 145,6 Millionen Euro vollständig aus dem operativen Cash-Flow finanzieren. Im gleichen Zeitraum konnte der operative Cash-Flow bis auf einen mittleren einstelligen Millionenbetrag auch noch sämtliche Auszahlungen für Unternehmenserwerbe abdecken. Damit wird die Innenfinanzierungskraft des Konzerns deutlich unter Beweis gestellt.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** in Höhe von -121,4 Millionen Euro war im Berichtsjahr von der neu aufgestellten Finanzstruktur des Konzerns geprägt. In diesem Zusammenhang hatte Ströer seine bisherige Refinanzierung durch eine neu abgeschlossene syndizierte Kreditfazilität abgelöst. Im Zeitpunkt der Ablösung wurden liquide Mittel in Höhe von rund 94,8 Millionen Euro zur Rückführung der bisherigen Darlehensverbindlichkeiten genutzt. Für die neue Refinanzierung fielen Transaktionskosten in Höhe von 6,9 Millionen Euro an, die sich ebenfalls im Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit niederschlugen. Weitere Auszahlungen entfielen auf Ausschüttungen an inländische Minderheitsgesellschafter (2,1 Millionen Euro) sowie auf den Kauf von weiteren Anteilen an einer bereits vollkonsolidierten türkischen Konzerngesellschaft.

Der Bestand an **liquiden Mitteln** reduzierte sich im Geschäftsjahr 2012 aufgrund der Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten von 134,0 Millionen Euro auf 23,5 Millionen Euro. Vor dem Hintergrund zusätzlicher langfristig zur Verfügung stehender freier Kreditlinien in Höhe von 193,5 Millionen Euro ist die Liquiditätsausstattung des Ströer Konzerns weiterhin komfortabel.

## Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** des Ströer Konzerns bestand zum Ende des Jahres 2012 zu rund 79 Prozent aus Eigenkapital und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Schulden in Höhe von 180,9 Millionen Euro (Vj.: 193,3 Millionen Euro) sind auch nach der Optimierung der Konzern-Kapitalstruktur zu weit mehr als 100 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 130,5 Millionen Euro (Vj.: 228,4 Millionen Euro) sowie langfristig zugesagte freie Kreditlinien in Höhe von 193,5 Millionen Euro (Vj.: 76,2 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

Die **Finanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 31. Dezember 2012 auf 342,5 Millionen Euro und lagen damit um 123,1 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert von 465,7 Millionen Euro. Dieser Rückgang basierte größtenteils auf einer Rückführung der Darlehensverbindlichkeiten unter Ausnutzung der frei verfügbaren liquiden Mittel, die sich auf Jahressicht entsprechend um 110,6 Millionen Euro verminderten. Außerdem haben die Verbindlichkeiten aus passivierten Barwerten für Derivate um 10,4 Millionen Euro abgenommen, wovon ein bedeutender Teil auf im Oktober 2012 ausgelaufene Sicherungsinstrumente entfiel.

In Mio. EUR	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	311,0	413,1	426,6	555,9	500,7
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	31,6	52,6	39,2	26,5	77,3
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	342,5	465,7	465,7	582,4	578,0
(3) Derivative Finanzinstrumente	16,9	27,4	39,5	29,8	10,0
(1)+(2)-(3) Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	325,6	438,3	426,2	552,6	568,0
(4) Liquide Mittel	23,5	134,0	106,1	57,3	42,5
<b>(1)+(2)-(3)-(4) Nettoverschuldung</b>	<b>302,1</b>	<b>304,3</b>	<b>320,1</b>	<b>495,4</b>	<b>525,5</b>
<b>Dynamischer Verschuldungsgrad</b>	<b>2,8</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>5,0</b>	<b>5,1</b>
<b>Eigenkapitalquote (in %)</b>	<b>32,4</b>	<b>27,8</b>	<b>29,8</b>	<b>-6,4</b>	<b>-5,7</b>

Der Ströer Konzern konnte trotz eines rückläufigen operativen Cash-Flows seine **Nettofinanzverbindlichkeiten** im Geschäftsjahr 2012 um 2,1 Millionen Euro reduzieren und erreichte damit den niedrigsten Wert der letzten fünf Jahre. Trotz der leicht verringerten Nettofinanzverbindlichkeiten ist der dynamische Verschuldungsgrad („Leverage Ratio“), der als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA definiert ist, im Berichtsjahr von 2,3 auf 2,8 angestiegen. Ausschlaggebend hierfür war das rückläufige Operational EBITDA, das mit 107,0 Millionen Euro um 25,3 Millionen Euro hinter dem Vorjahreswert von 132,3 Millionen Euro zurückblieb.

→ Weitere Informationen zu den Fremdfinanzierungsinstrumenten finden Sie auf Seite 141

Die **Verbindlichkeiten aus latenten Steuern** haben sich gegenüber dem Vorjahr um 16,3 Millionen Euro auf 55,1 Millionen Euro vermindert. Wesentliche Ursache für das Abschmelzen der passiven Steuerlatenzen ist einerseits eine höhere Saldierung mit den aktiven latenten Steuern. Andererseits hat auch die laufende Amortisation von Werbenutzungsrechten, die in früheren Jahren im Rahmen von Unternehmenserwerben zugegangen waren, zum Rückgang der passiven latenten Steuern beigetragen.

Der Anstieg der **kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten** um 5,2 Millionen Euro auf 34,3 Millionen Euro beruht zu großen Teilen auf erhaltenen Anzahlungen für in 2013 zu erbringende Leistungen.

→ Ergänzende Informationen zu den kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten finden Sie auf Seite 143

Das **Eigenkapital** des Ströer Konzerns hat sich im Berichtsjahr positiv entwickelt und lag mit 279,6 Millionen Euro um 6,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Ursächlich dafür ist der Wegfall von Zinssicherungsinstrumenten mit negativem Marktwert, die Ende 2011 zu einer Minderung des Eigenkapitals geführt hatten. Da wesentliche Positionen dieser Sicherungsinstrumente im Jahr 2012 ausgelaufen sind, wurden die Hedge-Positionen im Eigenkapital entsprechend aufgelöst.

Außerdem haben positive Währungseffekte bei der Umrechnung unserer türkischen und polnischen Konzerngesellschaften zur Erhöhung des Eigenkapitals beigetragen. Andere Bewegungen im Eigenkapital waren nur von nachgeordneter Bedeutung. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich auf 32,4 Prozent zum Bilanzstichtag 2012 (Vj.: 27,8 Prozent).

### Kosten der Kapitalstruktur

→ Weitere Ausführungen finden Sie auf Seite 128

Die Kapitalkosten im Ströer Konzern stellen risikoadjustierte Renditeforderungen dar und werden für Bewertungszwecke im Konzernabschluss nach dem Capital Asset Pricing Model und dem WACC-Ansatz (Weighted Average Cost of Capital) bestimmt. Die Eigenkapitalkosten werden als Renditeerwartung der Aktionäre aus Kapitalmarktinformationen abgeleitet. Als Fremdkapitalkosten legen wir Renditen von langfristigen Unternehmensanleihen zugrunde. Um den unterschiedlichen Rendite-/Risikoprofilen unserer Tätigkeitsschwerpunkte Rechnung zu tragen, berechnen wir für unsere Geschäftsbereiche individuelle Kapitalkostensätze vor Ertragsteuern.

### Vermögenslage

<b>Konzernbilanz</b>					
In Mio. EUR	<b>31.12.2012</b>	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008
<b>Aktiva</b>					
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>					
Immaterielle Vermögenswerte	262,0	278,4	306,5	213,1	222,8
Goodwill	226,1	224,2	225,0	180,2	184,8
Sachanlagen	225,9	221,8	212,8	180,9	184,0
Steueransprüche	5,0	15,5	9,4	31,4	15,2
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	14,3	14,4	10,7	9,1	5,4
<b>Zwischensumme</b>	<b>733,3</b>	<b>754,3</b>	<b>764,5</b>	<b>614,7</b>	<b>612,2</b>
<b>Kurzfristig gebundenes Vermögen</b>					
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	96,7	85,8	107,2	68,2	87,4
Liquide Mittel	23,5	134,0	106,1	57,3	42,5
Steueransprüche	4,8	3,1	4,2	4,2	6,5
Vorräte	5,5	5,4	5,1	4,1	4,5
<b>Zwischensumme</b>	<b>130,5</b>	<b>228,4</b>	<b>222,6</b>	<b>133,8</b>	<b>140,9</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>863,7</b>	<b>982,6</b>	<b>987,1</b>	<b>748,6</b>	<b>753,1</b>
<b>Passiva</b>					
<b>Langfristige Finanzierungsmittel</b>					
<b>Eigenkapital</b>	<b>279,6</b>	<b>273,5</b>	<b>294,4</b>	<b>-48,1</b>	<b>-42,7</b>
Finanzielle Verbindlichkeiten	311,0	413,1	426,6	555,9	500,7
Latente Steuerverbindlichkeiten	55,1	71,4	64,9	75,6	78,9
Rückstellungen	37,2	31,3	36,8	31,9	26,1
<b>Zwischensumme</b>	<b>403,2</b>	<b>515,8</b>	<b>528,3</b>	<b>663,4</b>	<b>605,7</b>
<b>Kurzfristige Finanzierungsmittel</b>					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	80,5	77,5	67,9	50,9	58,3
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	65,9	81,7	70,3	52,2	100,4
Rückstellungen	18,6	21,0	17,7	23,6	19,2
Ertragsteuerverbindlichkeiten	16,0	13,1	8,4	6,5	12,2
<b>Zwischensumme</b>	<b>180,9</b>	<b>193,3</b>	<b>164,3</b>	<b>133,3</b>	<b>190,1</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>863,7</b>	<b>982,6</b>	<b>987,1</b>	<b>748,6</b>	<b>753,1</b>

## Vermögensstrukturanalyse

Die Bilanzsumme des Ströer Konzerns ist im Geschäftsjahr 2012 um 118,9 Millionen Euro auf 863,7 Millionen Euro zurückgegangen. Diese Verkürzung ist im Wesentlichen auf die Effekte der im Juli 2012 vorgenommenen Refinanzierung zurückzuführen (Reduktion Bruttoverschuldung unter Verwendung liquider Mittel).

Das **langfristig gebundene Vermögen** ist im Berichtsjahr um 2,8 Prozent auf 733,3 Millionen Euro gesunken. Ursächlich für diese Entwicklung war im Wesentlichen der Rückgang der immateriellen Vermögenswerte von 278,4 Millionen Euro auf 262,0 Millionen Euro, der sich überwiegend aus der kontinuierlichen Amortisation von Werbenutzungsrechten ergab. Diese Amortisation wurde zum Teil durch positive Währungseffekte kompensiert, die aus der Umrechnung der immateriellen Vermögenswerte in den Bilanzen unserer türkischen und polnischen Konzerngesellschaften resultieren. Darüber hinaus haben auch Investitionen in die IT-Landschaft des Ströer Konzerns zu einer teilweisen Kompensation geführt. Der leichte Anstieg im Sachanlagevermögen von 221,8 Millionen Euro auf 225,9 Millionen Euro beruhte einerseits auf laufenden Investitionen in zusätzliche Werbeträger, deren Volumen die planmäßigen Abschreibungen auf das gesamte Sachanlagevermögen übertrafen. Andererseits machten sich auch hier die buchwerterhöhenden Wechselkurseffekte in den ausländischen Konzerngesellschaften bemerkbar. Die langfristigen aktiven Steuerlatenzen beliefen sich zum Stichtag auf 4,4 Millionen Euro, was einem Rückgang von 10,4 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht. Wesentliche Ursache für diese Entwicklung sind höhere Saldierungen mit passiven latenten Steuern in einzelnen Beteiligungen sowie der Verbrauch von in Vorjahren aktivierten Verlustvorträgen. Gegenläufig hat sich die erstmalige Aktivierung von bisher nicht angesetzten steuerlichen Verlustvorträgen in einer inländischen Tochtergesellschaft ausgewirkt.

Das **kurzfristig gebundene Vermögen** ist gegenüber dem Vorjahr um 42,9 Prozent auf 130,5 Millionen Euro gesunken. Ausschlaggebend für diesen deutlichen Rückgang war die Optimierung der Kapitalstruktur im Geschäftsjahr 2012, in dessen Rahmen ein Großteil des Liquiditätsbestands im Konzern zur Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten herangezogen wurde. Infolgedessen reduzierte sich der Bestand an liquiden Mitteln gegenüber dem Vorjahr um 110,6 Millionen Euro auf 23,5 Millionen Euro. Demgegenüber haben die Forderungen und sonstigen Vermögenswerte im Vergleich zum Vorjahr um 11,0 Millionen Euro auf 96,7 Millionen Euro zugelegt. Dieser Zugang beruhte vor allem auf den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die im Saldo um rund 9 Millionen Euro über jenen des Vorjahres lagen. Hintergrund ist unter anderem das gegen Jahresende höhere Umsatzvolumen in der Türkei, wo Forderungen generell mit deutlich längeren Zahlungsfristen belegt sind sowie die positive Entwicklung der Wechselkurse, die sich erhöhend auf die Bilanzpositionen der ausländischen Konzerngesellschaften ausgewirkt hat. Des Weiteren haben Großkunden vereinzelt ihre Zahlungen bis über den Stichtag hinausgezögert.

Zum **nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern. Als immaterielle Vermögenswerte werden allerdings nur solche Werbenutzungsrechte bilanziert, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben wurden. Darüber hinaus verfügen wir auf der Absatzseite aufgrund unserer starken Marktposition über ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist der größte Teil ebenfalls als nicht bilanziertes Vermögen einzustufen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen betrafen überwiegend Verpflichtungen aus Mindestpachten, Standortmieten, Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen sowie Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Die sich daraus ergebenden Verpflichtungen beliefen sich per 31. Dezember 2012 auf 1.163,7 Millionen Euro (Vj.: 1.180,4 Millionen Euro). Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren.

→ Hinsichtlich der nicht bilanzierten Positionen verweisen wir auf unsere Berichterstattung auf den Seiten 73 (Humankapital) und 155 (Finanzielle Verpflichtungen)

## STRÖER MEDIA AG

Der Lagebericht der Ströer Media AG (vormals „Ströer Out-of-Home Media AG“, im Folgenden: „Ströer AG“) und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2012 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Der Jahresabschluss und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns werden zeitgleich im elektronischen Bundesanzeiger offengelegt.

### Beschreibung der Gesellschaft

Die Ströer AG ist eine Holdinggesellschaft, die ausschließlich Aufgaben im Bereich der Steuerung des Konzernverbunds wahrnimmt sowie konzernweite Verwaltungs- und Serviceleistungen erbringt. Hierzu gehören insbesondere die Bereiche Finanz- und Konzernrechnungswesen, Unternehmens- und Kapitalmarktkommunikation, IT-Services, Konzerncontrolling und Risikomanagement, Produktentwicklung, Recht und Compliance sowie Unternehmensentwicklung.

Die nachfolgenden Zahlen und Erläuterungen beziehen sich auf den nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs und des Aktiengesetzes aufgestellten Jahresabschluss der Ströer AG.

### Ertragslage

Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** reduzierte sich um 11,9 Millionen Euro auf 19,6 Millionen Euro. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf geringere Erträge aus Gewinnabführungsverträgen (– 11,2 Millionen Euro) sowie höhere Personalaufwendungen (– 1,4 Millionen Euro) zurückzuführen. Nahezu die Hälfte des Rückgangs im Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurde durch niedrigere Ertragsteuern (+ 5,9 Millionen Euro) kompensiert. Das **Jahresergebnis** der Ströer AG lag daher mit 20,0 Millionen Euro um 6,1 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert (26,0 Millionen Euro).

In TEUR	2012	2011
Andere aktivierte Eigenleistungen	399	0
Sonstige betriebliche Erträge	21.346	20.486
Personalaufwand	– 15.352	– 13.959
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	– 1.504	– 1.345
Sonstige betriebliche Aufwendungen	– 20.198	– 19.724
Erträge aus Beteiligungen	740	0
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	30.396	41.546
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	7.871	8.747
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0	– 74
Zinsen und ähnliche Aufwendungen / Erträge	– 4.103	– 4.203
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>19.594</b>	<b>31.474</b>
Außerordentliches Ergebnis	– 1	0
Ertragsteuern	571	– 5.361
Sonstige Steuern	– 177	– 70
<b>Jahresergebnis</b>	<b>19.987</b>	<b>26.043</b>
Gewinnvortrag	46.043	40.325
Einstellung in die Gewinnrücklagen	– 26.043	– 20.325
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>39.987</b>	<b>46.043</b>

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** enthalten überwiegend Erlöse aus konzerninternen Serviceleistungen, Erträge aus weiterberechneten Aufwendungen und Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen. Die größte Einzelposition betrifft die Bereitstellung von konzerninternen IT-Serviceleistungen (8,9 Millionen Euro). Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge um 0,9 Millionen Euro auf 21,3 Millionen Euro resultiert hauptsächlich aus höheren weiterberechneten Aufwendungen (+0,3 Millionen Euro) sowie aus der Auflösung von Rückstellungen (+0,6 Millionen Euro).

Im Zusammenhang mit moderaten Gehaltsanpassungen und Abfindungen nahm der **Personalaufwand** der Ströer AG gegenüber dem Vorjahr um 1,4 Millionen Euro zu.

Der **sonstige betriebliche Aufwand** stieg gegenüber 2011 um 0,5 Millionen Euro auf 20,2 Millionen Euro an. Dabei wirkten sich unter anderem höhere Kosten für Rechts- und Unternehmensberatung aus, welche mit der Ablösung der alten Kreditfazilität sowie mit der gestiegenen Akquisitionstätigkeit im Zusammenhang stehen.

Die **Erträge aus Beteiligungen** resultieren maßgeblich aus einer Dividendenausschüttung der blowUp Media UK Ltd., London, Großbritannien.

Die **Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen** (30,4 Millionen Euro) beinhalten die Gewinnabführung der Ströer Media Deutschland GmbH an die Ströer AG für das Geschäftsjahr 2012 auf Basis des 2010 geschlossenen Ergebnisabführungsvertrags. Der Rückgang des abgeführten Gewinns (-11,2 Millionen Euro) ist auf die veränderte Geschäftslage der deutschen Gruppe zurückzuführen.

Die **Erträge aus Ausleihungen** des Finanzanlagevermögens resultieren vorwiegend aus Darlehen, welche die Ströer AG ausländischen Konzerngesellschaften zur Geschäftserweiterung bzw. zur Tilgung von Bankdarlehen gewährt hat. Der Rückgang (-0,9 Millionen Euro) resultiert im Wesentlichen daraus, dass zum Ende des Jahres 2011 eine Kapitalerhöhung bei der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. (nachfolgend kurz „Ströer Kentvizyon“), Istanbul, Türkei, durch Umwandlung von Darlehen durchgeführt wurde.

Das **Ergebnis aus Zinsen und ähnlichen Aufwendungen/Erträgen** verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,1 Millionen Euro.

Während im Vorjahr noch eine Belastung aus **Ertragsteuern** in Höhe von -5,4 Millionen Euro vorlag, konnte die Gesellschaft im aktuellen Jahr einen positiven Effekt aus Ertragsteuern in Höhe von 0,6 Millionen Euro ausweisen. Dieser Effekt ergibt sich hauptsächlich aus der Auflösung von passiven latenten Steuern in Höhe von 4,0 Millionen Euro sowie aus einem schwächeren Ergebnis der Ströer AG und deren Organgesellschaften.

### Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme der Ströer AG lag 2012 mit 500,2 Millionen Euro um 101,6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert (601,9 Millionen Euro). Auf der Aktivseite resultierte dieser Rückgang überwiegend aus dem Abbau liquider Mittel (-107,6 Millionen Euro) primär zugunsten einer optimierten Struktur der syndizierten Konzernfinanzierung. Gegenläufig entwickelten sich die immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen (+5,7 Millionen Euro), die Finanzanlagen (+4,3 Millionen Euro) sowie der Rechnungsabgrenzungsposten (+2,9 Millionen Euro). Der korrespondierende Rückgang auf der Passivseite beruhte vor allem auf der Abnahme der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (-130,9 Millionen Euro) sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten (-9,4 Millionen Euro). Demgegenüber sind das

Eigenkapital (+ 20,0 Millionen Euro), die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (+ 18,1 Millionen Euro) sowie Steuer- und sonstige Rückstellungen (+ 4,5 Millionen Euro) im Vergleich zum Vorjahr angestiegen.

In TEUR	2012	2011
<b>Aktiva</b>		
<b>Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	8.820	3.116
Finanzanlagen	443.712	439.400
	<b>452.532</b>	<b>442.516</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	41.291	48.302
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	3.017	110.585
	<b>44.308</b>	<b>158.887</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>3.393</b>	<b>473</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>500.233</b>	<b>601.876</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>	<b>427.466</b>	<b>407.479</b>
<b>Rückstellungen</b>		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	31	28
Steuerrückstellungen	12.093	8.825
Sonstige Rückstellungen	9.466	8.191
	<b>21.590</b>	<b>17.044</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	29.014	10.884
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	4.518	13.875
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	982	131.914
	<b>34.513</b>	<b>156.673</b>
<b>Passive latente Steuern</b>	<b>16.664</b>	<b>20.680</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>500.233</b>	<b>601.876</b>

### Vermögensstrukturanalyse

Der Zugang bei den **immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen** (5,7 Millionen Euro) ergibt sich insbesondere aus Investitionen überwiegend in Form aktivierter Aufwendungen für den Ausbau und die Neuausrichtung der IT-Landschaft.

In den **Finanzanlagen** machte sich das höhere Volumen langfristiger Ausleihungen an verbundene Unternehmen im Ausland bemerkbar. Dabei gehen 2,7 Millionen Euro auf die Umwandlung von Zinsforderungen gegenüber Ströer Polska zurück und 2,0 Millionen Euro auf ein zusätzliches Darlehen an die Ströer Kentvizyon.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** nahmen gegenüber dem Vorjahr um 7,0 Millionen Euro auf 41,3 Millionen Euro ab. Die Entwicklung ergibt sich hauptsächlich aus den um 9,2 Millionen Euro verringerten Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Ausschlaggebend hierfür ist die gesunkene Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH. Gegenläufig entwickelten sich die Forderungen aus Körperschaftsteuer, welche von 2,6 Millionen Euro auf 4,5 Millionen Euro angestiegen sind.

Im Umlaufvermögen haben sich die **Guthaben bei Kreditinstituten** um 107,6 Millionen Euro auf 3,0 Millionen Euro reduziert. Dies ist eine Folge der im Juli 2012 angepassten Konzernfinanzstruktur.

Der Anstieg des **Rechnungsabgrenzungspostens** (+2,9 Millionen Euro) resultiert vorrangig aus Transaktionskosten im Zusammenhang mit der neu abgeschlossenen syndizierten Kreditfazilität (2,8 Millionen Euro). Diese werden über die fünfjährige Laufzeit abgegrenzt.

### Finanzstrukturanalyse

Der Zuwachs im **Eigenkapital** in Höhe von 20,0 Millionen Euro entspricht dem Jahresüberschuss der Gesellschaft im Berichtsjahr. Damit ergibt sich vor dem Hintergrund der gesunkenen Bilanzsumme eine deutlich verbesserte Eigenkapitalquote von 85,5 Prozent (Vj.: 67,7 Prozent). Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 21. Juni 2012 hat sich die Struktur des Eigenkapitals dahingehend geändert, dass ein Betrag in Höhe von 26,0 Millionen Euro aus dem Bilanzgewinn 2011 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt wurde und ein Betrag in Höhe von 20,0 Millionen Euro auf neue Rechnung vorgetragen wurde.

Der Anstieg der **Rückstellungen** gegenüber dem Vorjahr (+4,5 Millionen Euro) ist vorwiegend auf höhere Steuerrückstellungen (+3,3 Millionen Euro) und sonstige Rückstellungen (+1,3 Millionen Euro) zurückzuführen. Hintergrund der erhöhten Steuerrückstellungen sind die bisher auf niedrigem Niveau geleisteten Steuervorauszahlungen für die steuerlich noch nicht veranlagten Jahre 2010 bis 2012. Der Zugang bei den sonstigen Rückstellungen beruht größtenteils auf einem höheren Bestand an ausstehenden Rechnungen zum Jahresende sowie auf gestiegenen Personalarückstellungen im Vergleich zum Vorjahr.

Der Zuwachs bei den **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** (+18,1 Millionen Euro) ist vor allem auf die neu angepasste Konzernfinanzstruktur zurückzuführen. Enthalten sind rund 29 Millionen Euro aus der Inanspruchnahme von Betriebsmittellinien, die im Rahmen der im Juli 2012 neu abgeschlossenen syndizierten Kreditfazilität in Höhe von 225 Millionen Euro bis 2017 zugesagt worden sind. Teilweise kompensiert wurde dies durch die Tilgung der Verbindlichkeit gegenüber der NRW.BANK, Düsseldorf (–10,6 Millionen Euro).

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** und die **sonstigen Verbindlichkeiten** reduzierten sich in Summe um 9,4 Millionen Euro auf 4,5 Millionen Euro. Diese Veränderung resultiert mit 10,8 Millionen Euro aus der Tilgung eines Darlehens gegenüber der SKB Kapitalbeteiligungsgesellschaft Köln/Bonn mbH im Zuge der Optimierung der Kapitalstruktur.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** nahmen im Berichtsjahr um 130,9 Millionen Euro auf 1,0 Millionen Euro ab und sind spiegelbildlich zum Rückgang der liquiden Mittel zu sehen. Von diesem Rückgang entfallen 129,8 Millionen Euro auf gesunkene Verbindlichkeiten aus dem Konzern-Cash-Pooling, für das die Ströer AG als Cash-Pool-Träger agiert.

→ Nähere Informationen zur Veränderung der Guthaben bei Kreditinstituten finden Sie in der Liquiditätsanalyse auf Seite 67

→ Nähere Informationen zur Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten finden Sie in der Liquiditätsanalyse auf Seite 67

→ Nähere Informationen zur Veränderung der sonstigen Verbindlichkeiten finden Sie in der Liquiditätsanalyse auf Seite 67

→ Nähere Informationen zur Veränderung der Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen finden Sie in der Liquiditätsanalyse auf Seite 67

**Liquiditätsanalyse**

In Mio. EUR	2012	2011
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	24,5	25,0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-6,9	-12,7
<b>Free Cash-Flow</b>	<b>17,6</b>	<b>12,3</b>
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-125,1	55,5
<b>Mittelveränderung</b>	<b>-107,6</b>	<b>67,8</b>
Mittelbestand am Ende der Periode	3,0	110,6

Der **Cash-Flow aus operativer Tätigkeit** in Höhe von 24,5 Millionen Euro ist geprägt von der Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH für das Geschäftsjahr 2011. Die damit verbundene Einzahlung belief sich in 2012 auf 41,5 Millionen Euro. Gegenläufig wirkten sich die Auszahlungen der Konzernholding zur Erfüllung ihrer Holdingfunktionen aus. Hierzu zählen insbesondere die Auszahlungen für Personal, Zinsen und weitere laufende Kosten.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** belief sich im Geschäftsjahr 2012 auf -6,9 Millionen Euro. Der Vorjahreswert in Höhe von -12,7 Millionen Euro war wesentlich durch eine Kapitalerhöhung (-11,6 Millionen Euro) bei der Ströer Kentvizyon gekennzeichnet. Im laufenden Jahr entfielen die Auszahlungen vorwiegend auf Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände für aktivierte Produkt- und IT-Entwicklungen (-6,2 Millionen Euro) sowie in das Sachanlagevermögen (-1,0 Millionen Euro).

Der **Free Cash-Flow** – definiert als Überschuss des operativen Cash-Flows über den Cash-Flow aus Investitionstätigkeit – summierte sich im Berichtsjahr auf 17,6 Millionen Euro.

→ Für detaillierte Ausführungen zur Refinanzierung verweisen wir auf den Abschnitt „Grundzüge der Finanzierungsstrategie“ im Kapitel „Finanz- und Vermögenslage“ des Konzerns

Die Entwicklung des **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** sowie die Veränderungen im **Bestand an liquiden Mitteln** stehen in engem Zusammenhang mit der in 2012 angepassten Konzernfinanzstruktur. Übergeordnetes Ziel war dabei die Reduzierung der Bankverbindlichkeiten bei der Ströer Media Deutschland GmbH unter Ausnutzung der bei der Ströer AG frei verfügbaren liquiden Mittel. Der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit enthält die zurückgeführten Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (-130,9 Millionen Euro), die Rückzahlung der Verbindlichkeit gegenüber der SKB Kapitalbeteiligungsgesellschaft Köln/Bonn mbH, Köln, (-10,8 Millionen Euro) sowie die Tilgung der Verbindlichkeit gegenüber der NRW.BANK, Düsseldorf (-10,6 Millionen Euro). Gegenläufig wirkte sich die Ausnutzung von Kreditlinien in Höhe von rund 29 Millionen Euro aus, die der Gesellschaft im Rahmen der neu abgeschlossenen Kreditfazilität langfristig zur Verfügung gestellt worden waren. Der aus den Veränderungen resultierende Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit führte zusammen mit dem Free Cash-Flow zu einem Rückgang der liquiden Mittel um 107,6 Millionen Euro.

Das Nettofinanzvermögen der Ströer AG setzte sich wie folgt zusammen:

In Mio. EUR	31.12.2012	31.12.2011
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	-25,0	-21,4
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (inkl. konzerninterner Finanzverbindlichkeiten)	-2,1	-133,2
<b>(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>-27,1</b>	<b>-154,6</b>
(3) Konzerninterne lang- und kurzfristige Finanzforderungen	131,1	135,7
<b>(1)+(2)-(3) Finanzverbindlichkeiten (abzüglich konzerninterner Finanzforderungen)</b>	<b>104,0</b>	<b>-18,9</b>
(4) Liquide Mittel	3,0	110,6
<b>(1)+(2)-(3)-(4) Nettofinanzvermögen</b>	<b>107,0</b>	<b>91,7</b>
<b>Eigenkapitalquote (in %)</b>	<b>85,5</b>	<b>67,7</b>

Das Nettofinanzvermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr (91,7 Millionen Euro) um 15,3 Millionen Euro auf 107,0 Millionen Euro erhöht. Dieser Anstieg entspricht weitgehend dem erwirtschafteten Free Cash-Flow der Gesellschaft.

Die Ströer AG ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung des gesamten Ströer Konzerns verbunden. Mit dem verbesserten Free Cash-Flow sowie der optimierten Finanzierungsstrategie ist sie, wie auch der Konzern insgesamt, nach unserer Überzeugung für künftige Herausforderungen in einem uneinheitlichen wirtschaftlichen Umfeld gut aufgestellt.

### Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer AG hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns dargestellten Entwicklung der Ertragslage für die Jahre 2013 und 2014 davon aus, dass die Tochtergesellschaften insgesamt höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften werden und die Ströer AG damit in den Folgejahren Jahresergebnisse auf einem höheren Niveau erzielen wird.

## INFORMATIONEN ZUR AKTIE

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2012 war das Marktumfeld für Aktien von tendenziell steigenden Kursen geprägt. Im zweiten Quartal setzte aufgrund anhaltender Unsicherheit über die Stabilität des Euroraums eine Gegenbewegung ein, zur Jahresmitte lagen die Aktienindizes daher nahe ihrer jeweiligen Jahrestiefs. Maßnahmen der Europäischen Zentralbank zur Sicherung der Gemeinschaftswährung führten in der zweiten Jahreshälfte zu einer deutlich reduzierten Unsicherheit auf den Aktien- und Finanzmärkten. In der Folge erholten sich die Aktienindizes wieder und erreichten gegen Ende des Geschäftsjahres sogar neue Höchststände.

Die Aktie der Ströer AG verzeichnete ab der zweiten Februarhälfte gestützt von einer allgemeinen positiven Börsenentwicklung ebenfalls Kursgewinne und erreichte am 27. März mit einem Wert von 14,86 Euro den höchsten Stand der Berichtsperiode. Nach der Veröffentlichung verhaltener Umsatzprognosen für das erste und zweite Quartal verzeichnete die Aktie allerdings deutliche Kursrückgänge. Zu Beginn des dritten Quartals setzte dann parallel zu Investorengesprächen und Roadshows eine moderate Erholungsphase ein. Weiterhin herausfordernde Bedingungen im Werbemarkt sorgten bis Ende des Jahres für einen nochmaligen Abwärtstrend der Aktie. Der Jahrestiefstand der Ströer Aktie wurde mit 6,38 Euro am 26. November 2012 erreicht. Die Aktie beendete das Börsenjahr mit einem Kurs von 6,60 Euro.

### Die Ströer Aktie im Jahr 2012 im Vergleich zum SDAX und DAXsector Media



\*2.1.2012 = 100, Kursverläufe indiziert, Schlusskurse XETRA

Quelle: Bloomberg

## Umfangreiche Investor Relations

Zentraler Ansatzpunkt unserer Investor-Relations-Arbeit ist der kontinuierliche und vertrauensbildende Dialog mit dem Kapitalmarkt in Form einer transparenten und regelmäßigen Kommunikation. Seit dem Börsengang im Jahr 2010 haben wir die Aktionärsbasis stetig verbreitert und den Umfang der betreuenden Research-Häuser konsequent ausgebaut. Im vergangenen Jahr haben der Vorstand und das Investor-Relations-Team der Ströer AG die Geschäftsentwicklung und Unternehmensstrategie an 28 Tagen auf 21 Roadshows und Kapitalmarktkonferenzen in 14 verschiedenen Städten präsentiert. Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Benelux, Skandinavien, die Schweiz, Österreich, Italien, Spanien und die USA gehörten zu den von uns besuchten Ländern. Zusätzlich informierten wir die Kapitalmarktteilnehmer im Rahmen von Telefonkonferenzen anlässlich der Veröffentlichung von Finanzberichten, in Einzelgesprächen in der Kölner Konzernzentrale sowie über gezielte Presse- und Medienarbeit.

Das Internet ist ein weiterer fester Bestandteil unserer Finanzkommunikation: Auf der Unternehmenswebsite [www.stroer.de/investor-relations](http://www.stroer.de/investor-relations) berichten wir zeitnah und umfassend über die Entwicklungen des Unternehmens und stellen alle relevanten Unterlagen bereit. Dazu zählen Finanzberichte, ein Finanzkalender, Presse- und Ad-hoc-Meldungen sowie weitere Pflichtmitteilungen. Präsentationen anlässlich von Investorenkonferenzen oder Roadshows sind stets tagesaktuell als Download abrufbar. Telefonkonferenzen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung unserer Finanzberichte werden live auf unserer Webseite übertragen und stehen anschließend als Audio-Webcast zur Verfügung.

## Ordentliche Hauptversammlung

Am 21. Juni 2012 fand die zweite Ordentliche Hauptversammlung der Ströer AG nach dem Börsengang statt. Insgesamt waren rund 87 Prozent des Grundkapitals vertreten. Alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden mit Mehrheiten von über 99 Prozent angenommen.

## Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer AG ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit September 2010 im Auswahlindex SDAX gelistet. Auf Basis des Aktienkurses vom 30. Dezember 2012 errechnet sich eine Marktkapitalisierung von 277,85 Millionen Euro.

Wir sind weiterhin bestrebt, die Attraktivität der Ströer Aktie für Investoren unter anderem durch eine verbesserte Liquidität und einen erhöhten Handelsanteil auf Xetra zu steigern. Im Geschäftsjahr 2012 lag das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen bei 41.454 Stück. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der außerbörslichen Handelsaktivitäten, die zwischen Investoren und Brokern Over-the-counter (OTC) abgewickelt werden, wurden knapp 118.000 Aktien pro Tag gehandelt. Gegenüber dem Vorjahr hat die Handelsaktivität damit leicht abgenommen. Insgesamt beläuft sich der auf OTC-Geschäfte entfallende Handelsanteil im Jahresverlauf auf 62 Prozent (Vj.: 66 Prozent). Der Anteil auf die deutschen Börsen blieb konstant bei 34 Prozent (Vj.: 33 Prozent). Weiterhin auf einem niedrigen Niveau verharrte der Anteil des Handelsvolumens an den sonstigen europäischen Börsen.

### Konstante Anzahl von Analysten-Studien

Die Anzahl der Analysten, die die Ströer AG im vergangenen Jahr begleitet haben, blieb konstant bei 13. Von den aktuellen Einschätzungen lauten 3 „Kaufen“ bzw. „Übergewichten“, 6 „Halten“ und 4 „Verkaufen“. Die aktuellen Analysten-Einschätzungen können unter [www.stroeer.de/investor-relations](http://www.stroeer.de/investor-relations) eingesehen und – mit Stand zum 12. März 2013 – der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investment Bank	Empfehlung
Bank of America Merrill Lynch	Verkaufen
Berenberg Bank	Halten
Citigroup Global Markets	Halten
Close Brothers Seydler Research	Halten
Commerzbank	Halten
Crédit Agricole Chevreux	Verkaufen
Deutsche Bank	Kaufen
DZ BANK	Verkaufen
Goldman Sachs	Halten
Hauck & Aufhäuser Institutional Research	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
Morgan Stanley	Halten
Viscardi	Verkaufen

### Aktionärsstruktur

Die Gesamtzahl der Aktien unserer Gesellschaft betrug zum Geschäftsjahresende unverändert 42.098.238 Stück. Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, hält 25,34 Prozent, Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, 28,18 Prozent und Finanzvorstand Alfried Bührdel zusammen mit dem ehemaligen Vorstandsmitglied Dirk Wiedenmann und dem im November in den Vorstand berufenen Christian Schmalzl rund 0,20 Prozent der Aktien an der Ströer AG. Zum 31. Dezember 2012 belief sich der Streubesitz gemäß Definition der Deutschen Börse auf 46,48 Prozent. Institutionelle Anleger, die unsere Aktie in ihren Fonds halten, sind unter anderem in den USA, Großbritannien und Deutschland ansässig. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts am 12. März 2013 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer AG von über 3 Prozent bekannt: DWS Investment 5,05 Prozent, Credit Suisse 3,50 Prozent und J O Hambro Capital Management Limited 3,01 Prozent.

Die aktuelle Aktionärsstruktur kann jederzeit online unter [www.stroeer.de/investor-relations](http://www.stroeer.de/investor-relations) abgerufen werden.

## Aktionärsstruktur der Ströer Media AG

In %



## Kenndaten der Ströer Media AG Aktie

Grundkapital	42.098.238 EUR
Anzahl der Aktien	42.098.238
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
ISIN	DE0007493991
WKN	749399
Börsenkürzel	SAX
Reuters	SAXG.DE
Bloomberg	SAX:GR
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Sektor	DAXsector All Media (Performance)
Index	SDAX
Erstnotierung	15.07.2010
Designated Sponsors	Close Brother Seydler
Jahresanfangskurs 2012 (2. Januar)	12,92 EUR
Jahresendkurs 2012 (28. Dezember)*	6,60 EUR
Höchstkurs 2012 (27. März)*	14,86 EUR
Tiefstkurs 2012 (26. November)*	6,38 EUR

\* XETRA-Schlusskurs in EUR

## MITARBEITER

Im Mittelpunkt unseres Handelns steht die Entwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter. Wesentliches Instrument ist ein ausdifferenziertes Talentmanagement. Demographischer Wandel und die veränderte Erwartungshaltung junger Absolventen führen zu stetig steigenden Anforderungen an die Rekrutierung und interne Entwicklung von geeigneten Mitarbeitern, gerade auch für zukünftige Führungsaufgaben. Entsprechend großen Wert legt Ströer darauf, die Attraktivität als Arbeitgeber über eine nachhaltige Personalpolitik sicherzustellen.

### Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Stichtag 31. Dezember 2012 insgesamt 1.750 (Vj.: 1.730) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Die Beschäftigungszahl ist im Vergleich zum Vorjahr angestiegen. Im deutschen Unternehmensbereich gab es einen Aufbau von neuen Stellen in den Vertriebsseinheiten.

### Betriebszugehörigkeit

Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 7,9 Jahre im Ströer Konzern beschäftigt.

### Ausbildung

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir fortgesetzt. Ströer bildete zum Stichtag in den Berufsfeldern Mediengestalter, Bürokaufleute, Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute für Marketingkommunikation und Fachinformatiker bundesweit insgesamt 37 Nachwuchskräfte aus. Im Laufe des Jahres 2012 haben wir in Deutschland 16 neue Auszubildende eingestellt.

Die Auszubildenden werden in unserer Konzernzentrale und in den größeren Regionalniederlassungen praxisnah ausgebildet. Neben der klassischen Berufsausbildung bietet Ströer auch duale Studienplätze (BA-Studium) an, deren Anzahl zukünftig erhöht werden soll, da Ströer dieses Ausbildungsmodell als sehr praxisnah kennengelernt hat und es dem Unternehmen als gute Möglichkeit der Nachwuchssicherung dient.

Ströer bietet den BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme an. Im Jahr 2012 konnten wir erneut eine Vielzahl von Nachwuchskräften in den Bereichen Marketing, Buchhaltung und Werbeträger-Portfoliomanagement übernehmen.

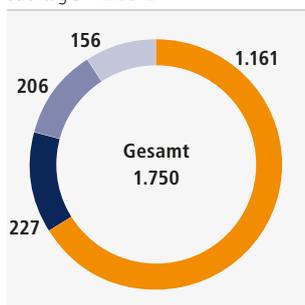
Mit der Rekrutierung für den nächsten Ausbildungsjahrgang 2013 haben wir bereits Ende 2012 begonnen.

### Altersverteilung

Wir verfügen in den deutschen Unternehmensbereichen nach wie vor über eine ausgewogene Altersstruktur. In der Türkei spiegelt der höhere Anteil jüngerer Mitarbeiter die Zusammensetzung der Bevölkerung adäquat wider. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme an uns zu binden und sie langfristig für unser Unternehmen zu begeistern. Gleichzeitig arbeiten sie mit Mentoren zusammen, die sie auf ihrem Weg begleiten und dabei selber auf eine umfassende berufliche Erfahrung zurückblicken können.

### Mitarbeiter<sup>1)</sup> nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2012



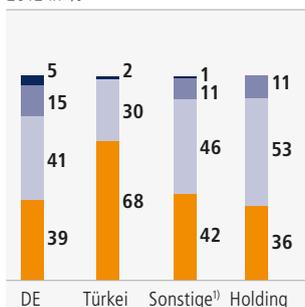
- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Sonstige<sup>2)</sup>
- Holding

<sup>1)</sup> Nach Anzahl Personen (Voll- und Teilzeit)

<sup>2)</sup> Sonstige: blowUP & Polen

### Altersstruktur der Mitarbeiter

2012 in %



- < 36 Jahre
- 36-50 Jahre
- 51-60 Jahre
- > 60 Jahre

<sup>1)</sup> Sonstige: blowUP & Polen

## Geschlechterverteilung

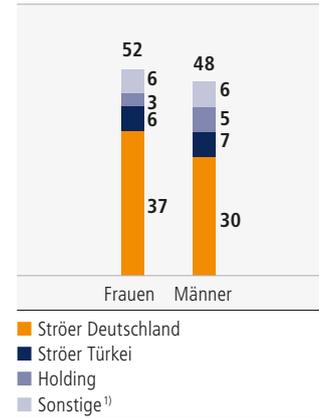
### Anteil Frauen/Männer

Der Anteil weiblicher Beschäftigter hat sich mit einem minimalen Rückgang um 0,3 Prozent auf hohem Niveau stabilisiert.

Dies ist nicht zuletzt das Resultat unserer attraktiven Arbeitszeitmodelle, die beispielsweise die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern und die uns als modernes Medienunternehmen auszeichnen.

### Geschlechterverteilung der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

2012 in %



<sup>1)</sup> Sonstige: blowUP & Polen

## VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert die Struktur und Höhe der Vergütungen von Vorstand und Aufsichtsrat. Er berücksichtigt die gesetzlichen Vorgaben sowie die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und ist Bestandteil des Konzernabschlusses.

### Vergütungen des Vorstands

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird vom Aufsichtsrat festgelegt und regelmäßig überprüft. Gemäß den Vorschriften des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung hat sich der Aufsichtsrat im Berichtsjahr hinsichtlich der notwendigen Entscheidungen zur Vorstandsvergütung beraten und entsprechende Beschlüsse gefasst.

Die Vergütung des Vorstands setzte sich auch im Geschäftsjahr 2012 aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

1. einer fixen Grundvergütung
2. einer variablen Vergütung, nämlich:
  - einem jährlich auszuzahlenden kurzfristigen Vergütungselement (Short Term Incentive; STI) und
  - einem langfristig ausgerichteten Vergütungselement (Long Term Incentive; LTI)

Die erfolgsunabhängige Grundvergütung besteht aus einem monetären Fixum und wird als monatlich gleichbleibendes Gehalt ausgezahlt. Weiterhin gewährt die Gesellschaft Nebenleistungen (Sachbezüge), die von den einzelnen Vorstandsmitgliedern versteuert werden.

Der variable Anteil der Vorstandsvergütung (STI und LTI) ist an die Leistung des Vorstands, die Entwicklung des Unternehmens und dessen Wertsteigerung gekoppelt. Die variable Vergütung ist abhängig vom Grad des Erreichens unternehmensbezogener Kennzahlen bzw. Zielvorgaben.

Im Berichtsjahr hat der Aufsichtsrat die für die Geschäftsjahre 2010 und 2011 maßgeblichen LTI-Kennzahlen „Ströer Value Added“ und „EBITA-Wachstum“ für 2012 und die nachfolgenden Geschäftsjahre weiter konkretisiert, um die Entwicklung der variablen Vorstandsvergütungen in einem noch höheren Maße mit den für das Unternehmen wesentlichen Performance-Kennzahlen zu verknüpfen. In der angepassten Definition wurde das Kriterium „Kapitalverzinsung“ durch „Kapitalrendite“ und das Kriterium „Wachstum“ durch „Umsatzwachstum“ ersetzt. Die LTI-Kennzahl „Aktienkurs“ bleibt unverändert bestehen.

Eine Änderung der Vergütungshöhe erfolgte durch diese Konkretisierung nicht. Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

### **Ströer Value Added (SVA) bzw. Kapitalrendite auf Basis adj. EBIT/Capital Employed**

Für die auf dieses Kriterium entfallenden variablen Vergütungen aus den beiden Geschäftsjahren 2010 und 2011 wurden vom Aufsichtsrat SVA-Zielgrößen festgelegt, gegen die nach Ablauf von jeweils drei Geschäftsjahren die Performance und damit die Höhe der aus diesen Jahren stammenden variablen Vergütung zu bemessen sind.

Für die variablen Vergütungen des Geschäftsjahres 2012 und folgende wurde die Berechnung konkreter gefasst, sodass nun die Performance und damit die Höhe der variablen Vergütung direkt von der in den jeweils folgenden drei Jahren erzielten Kapitalverzinsung abhängt. Benchmark hierfür ist die Erzielung einer Verzinsung in Höhe der Kapitalkosten des Unternehmens.

In jedem Fall ist der auf diese Kriterien entfallende variable Gehaltsanteil auf maximal jeweils das Doppelte begrenzt, wofür eine deutlich über den Kapitalkosten liegende Verzinsung in der Drei-Jahres-Periode zu erreichen wäre. Umgekehrt sinkt der variable Anteil prozentual auf bis zu 0 Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

#### **EBITA-Growth bzw. Umsatzwachstum**

Für die auf das Kriterium Wachstum entfallenden variablen Vergütungen aus den beiden Geschäftsjahren 2010 und 2011 wurden vom Aufsichtsrat EBITA-Zielgrößen festgelegt, gegen die nach Ablauf von jeweils drei Geschäftsjahren die Performance und damit die Höhe der aus diesen Jahren stammenden variablen Vergütung zu bemessen sind.

Für die variablen Vergütungen des Geschäftsjahres 2012 und folgende wurde die Berechnung auf Umsatzwachstum umgestellt, da dieses der wesentliche Treiber für weitere Geschäftsentwicklung und damit der Profitabilität ist.

Als Benchmark dient dabei das durchschnittliche Wachstum des Werbemarktes in den von Ströer bearbeiteten Märkten, im Wesentlichen gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Bruttoinlandsprodukts. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann der variable Gehaltsbestandteil aus diesem Kriterium bis zu maximal den doppelten Wert annehmen. Umgekehrt sinkt der variable Anteil prozentual bis auf 0 Euro, wenn dieses Wachstumsziel entsprechend verfehlt wird.

#### **Aktienkurs**

Als drittes Kriterium und LTI-Bestandteil wird die Aktienkursentwicklung über einen Vier-Jahres-Zeitraum betrachtet. Wird zum Ablauf dieser Vier-Jahres-Periode gegenüber dem Durchschnittskurs zu Beginn dieses Zeitabschnitts eine Kurssteigerung erzielt, steigt im gleichen prozentualen Verhältnis auch der auf dieses Kriterium entfallende variable Gehaltsbestandteil, bleibt aber auf das Doppelte seines Wertes begrenzt. Die Gesellschaft behält sich jedoch vor, in Ausnahmefällen eine darüber hinausgehende Kursentwicklung zu honorieren. Liegt der Aktienkurs unter diesem Referenzkurs sinkt der variable Anteil prozentual bis auf einen Wert von 0 Euro.

Nach Wahl des jeweiligen Vorstandsmitglieds können die LTI-Vergütungen „Aktienkurs“ auch in Aktien der Gesellschaft ausgezahlt werden.

Sollte sich die Lage der Gesellschaft in einem Maße verschlechtern, dass die Weitergewährung der Vorstandsvergütung unbillig wäre, ist der Aufsichtsrat im Übrigen berechtigt, die Vergütung auf ein angemessenes Maß herabzusetzen.

Mit Beschluss vom 14. Mai 2010 hat die Hauptversammlung für eine Dauer von fünf Jahren auf die Offenlegung der Vergütung jedes einzelnen Vorstandmitglieds verzichtet. Der Ergebniseffekt für die Gesamtvergütung im Geschäftsjahr 2012 ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

In EUR					
Fixe Vergütungen	Nebenleistungen	Sonstige Personalkosten	STI	LTI	<b>Gesamt</b>
2.457.000	113.000	263.500	676.400	47.000	3.556.900

Im LTI-Ergebniseffekt in Höhe von TEUR 47 sind Auflösungen von im Vorjahr gebildeten Rückstellungen für Vergütungen in Höhe von TEUR 675 enthalten. Aus den LTI sind seit Bestehen der vertraglichen Grundlagen in 2010 keine Beträge an die Vorstände ausgezahlt worden.

Die ausgewiesenen Vergütungsbeträge beinhalten in 2012 zwei außerordentliche Effekte: zum einen die vorübergehende Aufstockung um ein weiteres Vorstandsmitglied im November 2012, zum anderen das Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds zum Ende des Berichtsjahres. Aus diesen beiden Effekten ergibt sich im Vergleich zum Vorjahr insgesamt eine Zusatzbelastung von TEUR 630. Ohne diese beiden außerordentlichen Effekte ist die Vergütung für den Vorstand durch geringere Aufwendungen für die STI und deutlich geringere Aufwendungen für die LTI im Vergleich zum Vorjahr um 12 Prozent gesunken.

### Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung

#### Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung

##### Altersversorgung

Für ein im Berichtsjahr ausgeschiedenes Vorstandsmitglied besteht eine Versorgungszusage. Diese Versorgungszusage wird durch das Vorstandsmitglied vollständig durch Entgeltumwandlung finanziert, sodass der Gesellschaft hieraus keine zusätzlichen Aufwendungen entstehen.

##### Abfindung

Für zwei Vorstände ist geregelt, dass im Falle einer Nichtverlängerung des Anstellungsvertrags die Festvergütung und die variable Vergütung pro rata temporis für weitere sechs Monate als Abfindung zu zahlen sind.

#### Zusagen an den Vorstand für den Fall der vorzeitigen Tätigkeitsbeendigung

##### Abfindung

Bei vorzeitiger Tätigkeitsbeendigung wird für die vereinbarte Vertragslaufzeit die Festvergütung und pro rata temporis die variable Vergütung als Abfindung gezahlt.

#### Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Mit einer Ausnahme ist für die Vorstandsmitglieder ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart. Für die Dauer des Wettbewerbsverbots zahlt die Gesellschaft pro vollem Jahr des Verbots die Hälfte der zuletzt bezogenen vertragsmäßigen Vergütungen.

#### Bezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats werden von der Hauptversammlung gebilligt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine feste, erfolgsunabhängige Vergütung, die quartalsweise ausgezahlt wird.

In EUR

Vorsitzender des Aufsichtsrats	60.000
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats	40.000
Vorsitzender des Prüfungsausschusses	40.000
Mitglied des Prüfungsausschusses	30.000
Mitglied des Aufsichtsrats	25.000

Die Gesamtvergütung im Geschäftsjahr 2012 betrug TEUR 210 (ohne etwaige Umsatzsteuer).

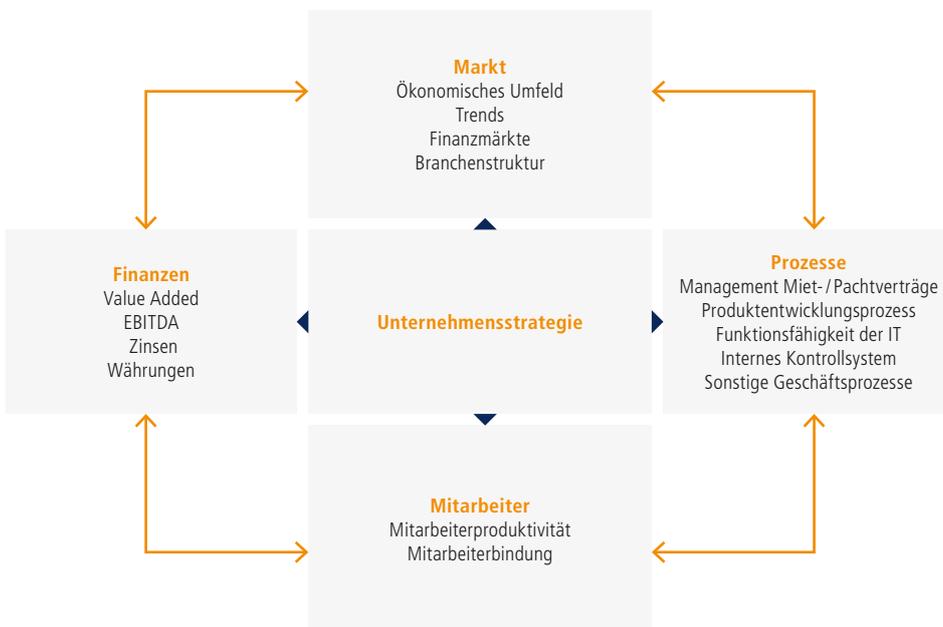
## CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

### Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die Gesamtrisikoeinschätzung unseres Vorstands. Es fasst sämtliche von den Risikoverantwortlichen angezeigten Risiken zu Kernrisiken zusammen, die eine Bedrohung der strategischen Erfolgsfaktoren darstellen können. Nach unserer Einschätzung sind die beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir zuversichtlich, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist und die sich bietenden Chancen nutzen wird. Aufgrund der anhaltenden Staatsschulden- und Bankenkrise und der sich nur graduell verbessernden volkswirtschaftlichen Rahmendaten werden sich die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr jedoch nicht signifikant verbessern. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und von internen Maßnahmen zur Stabilisierung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

### Chancen- und Risikomanagementsystem

Unsere Geschäftspolitik ist darauf ausgerichtet, den Bestand der Ströer Gruppe zu sichern und langfristig den Unternehmenswert zu steigern. Dies setzt ein Abwägen von Chancen und Risiken der Geschäftsaktivitäten voraus. Chancen sind dabei als positive, Risiken als negative Zielabweichung vom Plan zu verstehen. Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das konzernweite Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. Das Chancenmanagement orientiert sich an den aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Erfolgsfaktoren. Jeder Erfolgsfaktor lässt sich einer der vier Perspektiven „Markt“, „Prozesse“, „Mitarbeiter“ und „Finanzen“ zuordnen.



In Abhängigkeit vom definierten Strategiekonzept der einzelnen Segmente obliegt die Verantwortung für das Chancenmanagement dem jeweiligen operativen Management der Geschäftsbereiche beziehungsweise den Leitungen der Holdingeinheiten. Das frühzeitige und regelmäßige Identifizieren und Analysieren von Chancen ist integraler Bestandteil des konzernweiten Planungs- und Kontrollprozesses. Wir nutzen die hieraus gewonnenen Erkenntnisse, um realistische Chancenprofile zu erstellen, geeignete Maßnahmenpläne abzuleiten und diese strukturiert umzusetzen.

Neben dem Chancenmanagement betreiben wir ein umfangreiches Risikomanagement. Um Risiken frühzeitig zu erkennen, sie systematisch zu analysieren und angemessen zu steuern, verfügen wir über ein konzernweit etabliertes System, das mit den gesetzlichen Anforderungen in Einklang steht und regelmäßig weiterentwickelt wird. Zu den einzelnen Elementen unseres Risikomanagementsystems zählen der Risikomanagementprozess, das Berichtswesen und das konzerninterne Regelwerk. Ausgehend von der Risikostrategie umfasst der Risikomanagementprozess die Risikoidentifikation, -bewertung, -steuerung und -überwachung über alle Bereiche und Hierarchieebenen hinweg. Zu den Kernrisiken von Ströer zählen sämtliche Risiken, die eine Bedrohung der Erfolgsfaktoren darstellen. Sie lassen sich anhand ihres Schadenserwartungswertes einzelnen Risikokategorien zuordnen, an die wiederum verschiedene strategische Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Für jeden Risikobereich, sei es aus der Konzernzentrale, den deutschen oder ausländischen Unternehmens-einheiten, gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen. Das Group Risk Management besitzt die Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher.

Im vierteljährlichen Reportingprozess meldet jeder Risikoverantwortliche seine aktuelle Risikosituation an das Group Risk Management. Hier werden die eingehenden Risiken auf Interdependenzen hin untersucht, Mehrfachnennungen eliminiert und zu Kernrisiken zusammengefasst. Diese werden in Form eines Quartalsberichts Vorstand und Aufsichtsrat vorgelegt. Bei unerwartet auftretenden Risiken oberhalb bestimmter Grenzwerte ist jeder Risikoverantwortliche dem Vorstand und Group Risk Management zur Sofortberichterstattung verpflichtet. Die Grundsätze unseres Risikomanagements sind in einem Konzernhandbuch zusammengefasst. Der Abschlussprüfer beurteilt regelmäßig das Risikomanagementsystem im Rahmen der Jahresabschlussprüfung. Über die Ergebnisse berichtet er an Vorstand und Aufsichtsrat. Aus der Gesamtheit der identifizierten Chancen und Risiken werden im Weiteren jene Bereiche dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage maßgeblich positiv oder negativ beeinflussen können.

### **Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem**

Einen wichtigen Teil des Risikomanagements stellt das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem dar. Wir lehnen uns dabei an die Definitionen des deutschen Instituts der Wirtschaftsprüfer an. Danach werden unter dem internen Kontrollsystem die vom Management eingeführten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen verstanden, die auf die organisatorische Umsetzung von Führungsentscheidungen zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit, zur Ordnungsmäßigkeit bzw. Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie zur Einhaltung der für Ströer maßgeblichen rechtlichen Vorschriften gerichtet sind. Zudem soll das interne Kontrollsystem die Berichterstattung unterstützen, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu vermitteln.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess trägt der Konzernvorstand die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem. Dabei sind alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation eingebunden. Notwendige Grundsätze der dafür erforderlichen Aufbau- und Ablauforganisation und des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems wurden konzernweit definiert und umgesetzt. Daneben befassen wir uns auch mit der Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, das über die Finanzberichterstattung hinausgeht und beachten damit die Anforderungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG).

### Perspektive Markt

Die Staatsschuldenkrise im Euroraum stellt für die gesamtwirtschaftliche und unternehmensspezifische Entwicklung in 2013 ein realistisches Kernrisiko dar, da sie sich negativ auf die Investitionsbereitschaft der Werbungtreibenden auswirken könnte. Gleiches wäre denkbar, wenn unsere Kernländer von einer Verschärfung geopolitischer Spannungen oder einer Destabilisierung politischer Systeme betroffen wären, was wir zurzeit allerdings für eher unwahrscheinlich halten.

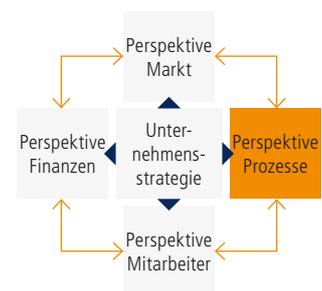
Unternehmerische Risiken stehen vor allem mit dem Beschaffungsbereich und der Vermarktung in Zusammenhang. Im Beschaffungsbereich könnten sich insbesondere negative Planabweichungen durch den Verlust von Werberechtskonzessionen bei Städten/Verkehrsbetrieben, die mangelnde Rentabilität von Werberechtsverträgen oder den (regulatorisch bedingten) Wegfall von Werbeflächen an öffentlichen und privaten Standorten ergeben. Von Nachteil wären auch eine Verzögerung oder Ablehnung behördlicher Standortgenehmigungen und Kostenanstiege zur Erlangung von Baugenehmigungen. Wir wirken diesen Gefahren durch ein professionelles und nachhaltiges Management der Werberechtsportfolios entgegen. Beschaffungsrisiken können sich zudem aufgrund möglicher Preisschwankungen bei Rohstoffen, Energie und Werbeträgern ergeben. Denkbar wären auch Ausfälle von Schlüssellieferanten oder Qualitätsprobleme bei Zulieferprodukten. Um diese Risiken zu begrenzen, setzen wir verstärkt auf standardisierte Baugruppen sowie eine international ausgerichtete Sourcing-Strategie.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich Planabweichungen durch ein zurückhaltendes Kundenbuchungsverhalten, Kundenverluste im intra- und intermediären Wettbewerb, steigenden Rabattdruck und Rückschläge bei der Umsetzung regionaler Wachstumsprojekte ergeben. Für das weitere Wachstum digitaler Umsätze ist die erfolgreiche Vermarktung des Out-of-Home-Channels in den Bahnhöfen der Deutschen Bahn und in den Einkaufszentren der ECE-Gruppe entscheidend. Ungewiss ist auch, ob das Online-Geschäft zukünftig von derart hohen Wachstumsraten wie in den vergangenen Jahren profitieren wird und ob Substitutionseffekte zulasten unseres Kerngeschäfts entstehen. Wir begegnen diesen möglichen Gefahren mit der gezielten Anpassung und Weiterentwicklung unserer Marketingstrategien sowie geeigneten Vertriebssteuerungsmaßnahmen. Zugleich sollten die verstärkte Kommunikation in die Agenturen, die positiven Leistungsnachweise für die Reichweite des Out-of-Home-Channels sowie der erfolgreiche Aufbau einer regionalen Handelsvertreter-Organisation für positive Impulse sorgen.

### Perspektive Prozesse

Innovationsprozesse bergen grundsätzlich das Risiko, dass aktuelle oder zukünftige Kundenwünsche und Marktentwicklungen nicht hinreichend berücksichtigt werden. Daneben ist im Herstellungsprozess die genaue Beachtung von gewerblichen Schutzrechten Dritter erfolgskritisch. Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk auf Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger zusammenhängen. Gleiches gilt für die ordnungsgemäße und effiziente Arbeitsweise bei Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie beim Reklamations- und Forderungsmanagement. Insgesamt positiv wirken sich dabei die fortschreitenden Konzernprojekte zur Prozessoptimierung und des internen Kontrollsystems aus. Unser Geschäftsmodell basiert in hohem Maße auf der Funktionsfähigkeit der IT. Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit sind hierbei kritische Erfolgsfaktoren. Gravierende Systemstörungen könnten zu Datenverlusten und Beeinträchtigungen der Geschäftsprozesse führen. Die Ströer Gruppe wirkt diesen Ereignissen durch eine Reihe risikomindernder Maßnahmen, wie regelmäßigen Investitionen in Hard- und Software sowie Zugangs- und Zugriffskontrollen, entgegen.

Unternehmenskäufe beinhalten neben den erwarteten Chancen auch Risiken. Hierzu zählen zum Beispiel Risiken aus der Post-Merger-Integration, Risiken aus einem erhöhten Finanzierungsbedarf für Betriebsmittel sowie Steuer- und Compliance-Risiken. Wir versuchen diese Risiken zu reduzieren, indem wir frühzeitig entsprechende Analysen durchführen, adäquate Projektstrukturen aufsetzen, soweit möglich die Risiken vertraglich absichern lassen und notwendige Steuerungsmaßnahmen einleiten.



Von großer Bedeutung ist für uns, dass unsere geschäftlichen Aktivitäten im Einklang mit geltendem Recht stehen. Die Befolgung von Gesetzen und internen Richtlinien wird über eine von unserer Konzern-Rechtsabteilung geführte Compliance-Organisation abgesichert. Sie achtet vor allem auf die Einhaltung von kartell- und kapitalmarktrechtlichen Regelungen sowie eines ordnungsgemäßen Geschäftsverkehrs. Hierzu zählt aber auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter sowie deren Information und Beratung, zum Teil durch die Unterstützung von Wirtschaftsexperten und Anwaltskanzleien. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen.

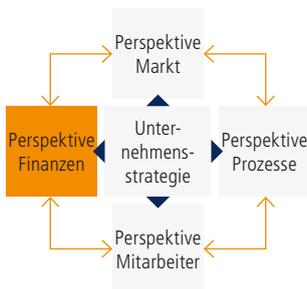
### Perspektive Mitarbeiter

Ein mögliches Risiko liegt in der ungewollten Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen. Wir wirken den Personalrisiken mit einer Reihe etablierter Maßnahmen entgegen. Hierzu zählen die Stärkung des Ansehens als Arbeitgeber, ein leistungsbezogenes Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote, Mentoren- und Coachingprogramme sowie Stellvertreterregelungen. Unser Profil als innovatives und attraktives Unternehmen unterstreichen wir zudem durch die enge Zusammenarbeit mit Hochschulen.



### Perspektive Finanzen

Aus der bestehenden Verschuldung resultiert für uns ein Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der im Kreditvertrag vereinbarten Financial Covenants abhängt. Zugleich bestehen gegenüber den Darlehensgebern Auflagen und Informationspflichten. Ein entsprechender Verstoß kann mit Sanktionen belegt werden.



Infolge unserer internationalen Aktivitäten entstehen Ströer währungsbedingte Risiken. Insbesondere besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Eine Abwertung der Türkischen Lira und des Polnischen Zloty gegenüber dem Euro wäre ebenfalls in Bezug auf die gewährten Euro-Darlehen an unsere ausländischen Konzerngesellschaften (Transaktionsrisiko) von Nachteil. Hierbei können nicht zahlungswirksame Aufwendungen aus währungsinduzierten Bewertungsänderungen das Finanzergebnis und damit den Konzernjahresüberschuss signifikant beeinträchtigen. Die weiteren Währungsrisiken im Konzern sind dagegen nur von geringerer Bedeutung. Zinsänderungsrisiken sind wir im Bereich der langfristigen variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie hinsichtlich der vorhandenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ausgesetzt. Durch den Einsatz von Zinsswaps wurden für Teile der variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten Festzinssätze gesichert. Allerdings können solche Derivate Bewertungsveränderungen aus Verschiebungen der Zinsstrukturkurven unterliegen, die ebenfalls das Finanzergebnis und damit den Konzernjahresüberschuss belasten können.

Das Beteiligungsrisiko erwächst aus potenziellen Verlusten von Beteiligungsunternehmen, die sich negativ auf die aktuelle und zukünftige Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken können. Eine Wertberichtigung auf Firmen- oder Beteiligungswerte ist in einem solchen Fall nicht vollständig auszuschließen.

Nicht zuletzt wegen der Komplexität des Steuerrechts besteht auch die Möglichkeit, dass die Finanzbehörden und -gerichte steuerrelevante Sachverhalte zukünftig anders beurteilen als heute oder bisherige Verfahren angreifen. Wir minimieren dieses Risiko durch den intensiven Austausch mit internen und externen Steuerspezialisten.

## Chancensituation

Gesamtwirtschaftliche Chancen ergeben sich für uns aus der Erhöhung des Nettowerbevolumens in unseren Kernmärkten. Diese Entwicklung könnte eintreten, wenn die gesamtwirtschaftliche Erholung zügiger eintritt als wir zurzeit annehmen. Nicht auszuschließen ist zudem, dass werbungstreibende Kunden größere Budgets für Kommunikationszwecke antizyklisch platzieren. Mit gezielten Investitionen in innovative Premiumformate, Marktforschung und Vertriebskapazitäten wollen wir den Anteil der Außenwerbung an den Werbebudgets sukzessive steigern. In einem von tiefgreifenden Veränderungen in der Mediennutzung geprägten Umfeld sehen wir die Außenwerbung strukturell in vielfacher Hinsicht gut aufgestellt. Erstens stellt sich Außenwerbung unaufdringlich und gleichzeitig unausweichlich in den Blickwinkel des Betrachters. Zweitens können traditionelle klassische und digitale Out-of-Home-Medien die Macht der großen Bilder ausspielen und darüber nachhaltige kaufrelevante Eindrücke hinterlassen. Drittens entfalten Out-of-Home-Medien ihre Werbewirkung über die Verkehrsströme des öffentlichen Raums, die durch steigende Mobilität und Urbanisierung tendenziell zunehmen. Insgesamt ist Out-of-Home aus Kunden- und Agentursicht daher eine komplementäre und wirkungssteigernde Ergänzung zu Online- und/oder TV-Werbeformaten („multiple screen planning“).

Unternehmensstrategische Chancen liegen vor allem in der konsequenten Ausrichtung der gesamten Wertschöpfungskette insbesondere auf die Megatrends Digitalisierung, Mobilität und Urbanisierung. Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist dabei die Vertiefung von Partnerschaften mit wesentlichen Inhabern von relevanten Werbenutzungsrechten im In- und Ausland. Der Einstieg in die unabhängige Online-Vermarktung verhilft uns zu einer gestärkten Position gegenüber den großen verlagsgebundenen Vermarktern und den maßgeblichen Mediaagentur-Gruppen. Darüber hinaus sehen wir auf regionaler Ebene interessante Wachstumsmöglichkeiten in der klassischen Außenwerbung sowie im Online-Bereich. Mit dem beabsichtigten Einstieg ins Online-Vermarktungsgeschäft verfügen wir über gute Chancen, die Konsolidierung auf dem Online-Markt voranzutreiben und die damit verbundenen Wachstumspotenziale erfolgreich zu heben.

Die starke Positionierung in unseren Kernmärkten eröffnet uns Chancen, den Wandel für den Bereich der Außenwerbung aktiv mitzugestalten. Durch langjährige Forschungsarbeit sind Leistungswerte von Out-of-Home-Medien schon heute gut messbar. In Deutschland verfügen wir mit der Mediaanalyse Plakat der Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse über eines der weltweit besten Studien- und Messungskonzepte. Mit der flächendeckenden Einführung des „Plakatseher pro Stelle“ (PpS)-Konzepts stellen wir ab dem Jahr 2013 zudem eine umfängliche Vergleichbarkeit mit Reichweitendaten anderer Medien her – eine wichtige Voraussetzung für die zunehmende cross-mediale Vernetzung von Werbeformaten. Von der Einführung entsprechender, hoch entwickelter Messungssysteme in der Türkei und in Polen erwarten wir ab 2014 bzw. 2015 einen weiteren Professionalisierungsschub für diese Märkte.

Zur Nutzung leistungswirtschaftlicher Chancen forcieren wir die Produktentwicklung mit einem Schwerpunkt auf Digitalisierung sowie die stärkere Vernetzung des klassischen Geschäfts mit digitalen, zum Teil interaktiven Services. Gleichzeitig versprechen wir uns von unserer vermehrt an standardisierten Abläufen ausgerichteten Organisation eine Senkung unserer IT-Systemkosten sowie eine Reduktion von Durchlaufzeiten. Positive Effekte könnten sich zudem aus vertieften Integrationen von bestehenden Organisationseinheiten sowie die Übertragung wichtiger Ströcker Kompetenzen auf die Online-Aktivitäten ergeben.

## PROGNOSEBERICHT

### Gesamtaussage des Vorstands zur zukünftigen Konzernentwicklung

Die Konvergenzen in der Medienlandschaft werden sich nach unserer Einschätzung verstärkt fortsetzen und die Rahmenbedingungen der Werbeindustrie für die Folgejahre nachhaltig prägen. Infolge einer zunehmenden Digitalisierung der Medieninhalte wie auch der Werbeangebote lösen sich die klassischen Abgrenzungen zwischen den Mediengattungen mehr und mehr auf. Nachvollziehbare Leistungswerte wie Reichweiten und Zielgruppenerreichung werden im Medienmarkt weiter an Bedeutung gewinnen und das „audience buying“ in den Mittelpunkt stellen, während die Wahl eines spezifischen Content-Umfelds für die Werbung an Bedeutung verlieren wird. Durch Investitionen in digitale Werbeträger und andere Premiumprodukte werden wir die Attraktivität der Außenwerbemedien auch in Kombination mit nationalen und regionalen Online-Angeboten weiter stärken. Mit unseren digitalen Out-of-Home-Werbeträgern erweitern wir den stark nachgefragten Videomarkt in den öffentlichen Raum hinein. Wir erwarten demzufolge einen weiter steigenden Anteil von digitalen Produkten im Außenwerbemix unserer Kunden.

Mit dem im zweiten Quartal 2013 vorgesehenen Erwerb der Online-Aktivitäten schaffen wir einen neuen Wachstumskern im dynamischen wie chancenreichen Marktsegment der Online-Werbung. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere professionelle Vermarktungskompetenz und vertriebliche Unabhängigkeit für den Verkauf von Online-Werbepätzen zu nutzen. Das gilt insbesondere auch für die regionale Vermarktung von Online-Display-Werbung, die heute kaum existent ist.

Unsere Überlegungen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2013 und darüber hinaus beeinflussen könnten. Allerdings müssen wir darauf hinweisen, dass unsere Werbemärkte von einem kurzfristigen Buchungsverhalten in großen Teilen von nicht mehr als acht Wochen Vorlaufzeit geprägt sind und deswegen bei vorausschauenden Aussagen für das Gesamtjahr von erhöhter Unsicherheit auszugehen ist. Darüber hinaus lässt sich eine Veränderung des Nettowerbemarktes nicht verlässlich aus der erwarteten volkswirtschaftlichen Entwicklung (BIP) ableiten, da die Korrelation zwischen beiden Parametern in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann.

Aus den oben angeführten strukturellen Marktveränderungen und Projekten erwarten wir auf vergleichbarer Basis in den nächsten Jahren leichte bis moderate Umsatz- und Ergebnisanstiege sowie eine verbesserte Finanzlage im Konzern. Dazu werden auch ein striktes Kostenmanagement, prozessuale und strukturelle Effizienzsteigerungen sowie Skaleneffekte beitragen. Wir arbeiten weiterhin konsequent daran, den Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) sukzessive auf unsere Zielbandbreite zwischen 2,0 und 2,5 zu reduzieren, was wir zum Ende des Geschäftsjahres 2014 erwarten würden.

### Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen waren am Ende des Berichtsjahres stark von anhaltenden Unsicherheiten aufgrund des ausufernden US-Haushaltsdefizits sowie der weiterhin nicht gelösten Staatsschulden- und Bankenkrise im Euroraum geprägt. Diese Effekte werden in das Jahr 2013 hineinwirken. Nachdem in den USA die Fiskalklippe in letzter Minute umschiffte wurde, steht im Kongress nun die politische Auseinandersetzung über die Anhebung der Schuldenobergrenze an. Diskussionen über die Zahlungsfähigkeit der USA, Zweifel in Bezug auf die Bewältigung der Staatsschuldenkrise im Euroraum und die damit verbundene Sorge über den Fortbestand des Euroraums dürften auch in 2013 nicht ohne Auswirkungen auf die Entwicklungen in der Realwirtschaft bleiben.

Wenngleich der Euroraum im Berichtsjahr in der Rezession verharrte, gehen viele Ökonomen davon aus, dass der Tiefpunkt zur Jahreswende 2012/2013 erreicht war. Die EZB hat durch ihre Ankündigung, im Problemfall Staatsanleihen von Krisenländern in unbegrenzter Höhe aufzukaufen, vorerst für Beruhigung an den Finanzmärkten gesorgt. Durch die teilweise harten fiskalpolitischen Maßnahmen konnten die Krisenländer erste Erfolge bei der Eindämmung ihrer Haushaltsdefizite verzeichnen, wenngleich die Maßnahmen zunächst dämpfend auf die konjunkturelle Entwicklung wirken. Zum Jahresende 2013 wird im Zuge einer Beruhigung an den Finanzmärkten eine Stabilisierung der Wirtschaft im Euroraum erwartet. Auf das Gesamtjahr 2013 gesehen prognostiziert die europäische Kommission wie auch die OECD eine Seitwärtsbewegung bei der Entwicklung des BIP (0,1 Prozent), wohingegen der IWF eine leicht negative Entwicklung erwartet (-0,2 Prozent). Für das Jahr 2014 gehen OECD und EU-Kommission davon aus, dass Strukturreformen greifen und Fortschritte bei der Architektur der Wirtschafts- und Währungsunion erzielt werden, was für ein solideres Wachstum von 1,4 Prozent sorgen sollte. In den Ländern des Euroraums entwickelte sich die Konjunktur im Berichtsjahr indes sehr uneinheitlich.

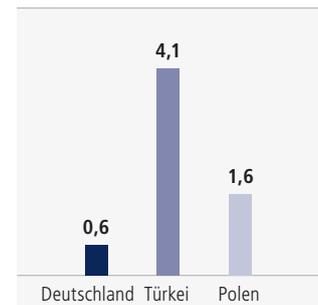
Die vergleichsweise robuste Fiskalsituation in **Deutschland**, eine wieder anziehende Exportnachfrage sowie eine mit dem hohen Beschäftigungsgrad einhergehende stabile Binnennachfrage werden nach Einschätzung der Volkswirte auch in den nächsten Jahren zu Wachstumsraten oberhalb des Durchschnitts der Eurozone führen. Wegen der anhaltenden Unsicherheiten in Bezug auf den Euro reduzierte die OECD ihre Konjunkturprognose im Laufe des Berichtsjahres und prognostizierte zum Jahresende ein Wachstum in Deutschland von 0,6 Prozent für 2013, während das DIW mit 0,9 Prozent leicht über dieser Schätzung liegt. Als Folge der unterstellten Stabilisierung des Euroraums rechnen die Ökonomen für das Jahr 2014 mit stärkeren Wachstumsraten von 1,9 Prozent (OECD) bis über 2 Prozent (DIW). Auch diese Prognosen basieren auf einer unterstellten Stabilisierung an den Finanz- und Kapitalmärkten.

Die türkische Wirtschaft wurde im Berichtsjahr stark von den Entwicklungen im Euroraum und von Maßnahmen der türkischen Regierung sowie der Zentralbank beeinträchtigt und konnte mit einem voraussichtlichen Wachstum von etwa 3 Prozent nicht an die hohen Wachstumsraten der Vorjahre anknüpfen. Die OECD erwartet wie auch die türkische Regierung für die Folgejahre eine Belebung, die zu einem realen BIP-Anstieg von 4,1 Prozent (2013) bzw. 5,2 Prozent (2014) führen sollte. Die aufstrebende Volkswirtschaft der **Türkei** gilt – gestützt durch einen leistungsstarken Privatsektor – weiterhin als ein attraktiver Markt und Investitionsstandort. Umfangreiche Projekte zum Ausbau der öffentlichen Infrastruktur beleben die Investitionstätigkeit. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte rechnet mit einem Anstieg der Pro-Kopf-Konsumausgaben von 39 Prozent in den Jahren 2011 bis 2015. Problematisch bleibt das anhaltend hohe Inflationsniveau, das jedoch zum Ende des Berichtsjahres auf einen mittleren einstelligen Wert zurückgefallen ist. Für die Jahre 2013 und 2014 erwartet die OECD Inflationsraten im Bereich von 6 Prozent.

Nach einem Anstieg von 2 bis 2,5 Prozent in 2012 soll die Wirtschaftsdynamik in **Polen** in den nächsten Monaten nachlassen. Als Grund hierfür wird der rückläufig erwartete Privatkonsum angeführt, der die Wirtschaftsentwicklung in Polen in den vergangenen Jahren traditionell stützte. Die Konsumausgaben leiden jedoch zusehends unter den durch die Krise im Euroraum herbeigeführten Unsicherheiten und einem weniger robusten Arbeitsmarkt. Für den Außenhandel wird nach einer schwächeren Prognose für das erste Halbjahr ab dem dritten Quartal 2013 wieder mit einer Belebung gerechnet, sofern die Situation im Euroraum nicht weiter an Stabilität verliert. Während die polnische Regierung noch von einer Fortsetzung des Wachstums auf dem Niveau von 2012 ausgeht, sieht die OECD in 2013 ein vorübergehend geringeres Wachstum von 1,6 Prozent, bevor in 2014 wieder eine Rate von 2,5 Prozent erreicht werden soll. Selbst auf dem geringeren Niveau bleibt die Wachstumserwartung jedoch noch oberhalb des EU-Durchschnitts.

#### Erwartetes Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts 2013

In %



Quelle: OECD

### Zukünftige Branchenentwicklung

Für das Jahr 2013 zeichnet ZenithOptimedia ein ähnliches Bild wie im Vorjahr: Während für die PIIGS<sup>1)</sup>- Länder ein weiterer Rückgang der Werbeausgaben prognostiziert wird, sollen die Werbeausgaben in den nord- und zentraleuropäischen Ländern um 0,8 Prozent steigen. Ein robusteres Wachstum erwartet ZenithOptimedia wieder ab 2014 mit Wachstumsraten von über 2 Prozent in Westeuropa. Aufgrund der allgemein guten Verfassung der Exportwirtschaft, der soliden Binnen- nachfrage und des robusten Arbeitsmarktes wird damit gerechnet, dass sich die Entwicklung des Werbemarktes in Deutschland einmal mehr vom europäischen Durchschnitt abkoppeln kann.

Der Vormarsch der digitalen Medien wird sich nach Meinung der Experten fortsetzen. Das Internet bleibt vorerst das am schnellsten wachsende Medium. Eine Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC vom Juni 2012 nennt eine Wachstumsrate für Internetwerbung (CAGR) von 13 Prozent für die Jahre 2011 bis 2016 in EMEA (Europa, Mittlerer Osten, Afrika). Die Wachstumsraten für Out-of-Home-Medien werden mit jeweils 4,2 Prozent für die Jahre 2013 und 2014 vorausgesagt; damit wäre Out-of-Home nach dem Internet das am schnellsten wachsende Medium noch vor TV und Radio. Die Printmedien leiden hingegen stark unter der Abwanderung der Inhalte in neue digitale Formate. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt die OMG<sup>2)</sup> Preview 2013, eine Befragung unter den deutschen Mediaagenturen zu den Entwicklungstendenzen im Werbemarkt. 53 Prozent der Befragten erklärten ihre Erwartung, dass Out-of-Home-Medien in den nächsten fünf Jahren ihren Marktanteil stärker ausbauen können. Allein von den Internetmedien wird noch geschlossener erwartet, dass diese ihren Marktanteil ausbauen werden. Bei TV und Hörfunk waren die Teilnehmer der Befragung bezüglich des Marktanteilsaufbaus sehr viel skeptischer. 100 Prozent aller Befragten gaben an, dass sich der Marktanteil der Printmedien weiter verschlechtern werde.

### Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Die Staatsschuldenkrise und die daraus resultierenden konjunkturellen Unsicherheiten werden die Werbeinvestitionen der Unternehmen auch in 2013 merklich dämpfen. In diesem Umfeld wird erwartet, dass sich der deutsche Werbemarkt – gestützt auf die stabile konjunkturelle Entwicklung – robuster entwickelt als im Durchschnitt der westeuropäischen Länder. Entsprechend prognostiziert MagnaGlobal ein mit der letzten OECD-Konjunkturprognose gleichlaufendes Wachstum der Werbeausgaben in Deutschland von 0,8 Prozent für 2013. ZenithOptimedia nimmt eine optimistischere Perspektive ein und schätzt die Steigerung der deutschen Werbeausgaben auf 1,6 Prozent. PwC hingegen hält ein Wachstum des Werbemarktes von 2,8 Prozent in 2013 für realistisch. Alle Agenturen verweisen auf die stärkere Rolle digitaler Medien, die eine starke Stütze der erwarteten Dynamik sind. Dementsprechend schreiben ZenithOptimedia und PwC der Online-Werbung in 2013 Wachstumsraten von 9 bis 11 Prozent zu. Nach Einschätzung von ZenithOptimedia werden die Werbeinvestitionen in Online-Medien in 2013 erstmals das Volumen von TV-Werbung übersteigen. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) rechnet dagegen in einer aktuellen Stellungnahme für das Jahr 2013 weitestgehend mit einer zurückhaltenden Entwicklung. 72 Prozent der ZAW-Verbände gingen von konstanten Werbeeats aus, 14 Prozent erwarten steigende Werbeinvestitionen. Für 2014 erwarten ZenithOptimedia und PwC eine Verbesserung der deutschen Werbekonjunktur um 2,7 bis 2,9 Prozent.

Die Werbeumsätze in der deutschen Out-of-Home-Branche werden für das Jahr 2013 von ZenithOptimedia stabiler erwartet als der Gesamtwerbemarkt. Out-of-Home soll demnach mit 3,7 Prozent stärker wachsen als TV, Radio und Print. Für 2014 wird ein Wachstum von 4,9 Prozent prognostiziert. PwC erwartet für beide Jahre Steigerungsraten von knapp 3 Prozent. Zurückzuführen sind diese Erwartungen auf einen Aufholeffekt nach der Abschwächung im Berichtsjahr sowie auf die stärkere Rolle digitaler Out-of-Home-Medien. Wir gehen in unseren Planungen für 2013 nur von einem konstanten Werbemarkt aus und rechnen erst ab dem Jahr 2014 mit einer sukzessiven Verbesserung.

<sup>1)</sup> Portugal, Italien, Irland, Griechenland, Spanien

<sup>2)</sup> OMG = Organisation der Mediaagenturen in der GWA (Gesamtverband Kommunikationsagenturen)

### Entwicklung des türkischen Werbemarktes

Aufgrund der durch die Eurokrise eingetretenen Abkühlung der türkischen Konjunktur konnte der türkische Werbemarkt nicht an die zweistelligen Wachstumsraten vergangener Jahre anknüpfen. Die volkswirtschaftlichen und sozioökonomischen Rahmendaten der Türkei stellen nach unserer Einschätzung aber ein grundsätzlich unverändert positives Umfeld für die Entwicklung des Werbemarktes dar. Die Pro-Kopf-Werbeausgaben betragen nur einen Bruchteil des Vergleichswertes in Deutschland. Angesichts einer jungen und konsumaffinen Bevölkerung sehen wir hierin mittelfristig eine positive Konstellation für ein Wachstum oberhalb etablierter europäischer Vergleichsmärkte. So rechnen die Marktforscher von ZenithOptimedia und PwC für die Jahre 2013 und 2014 mit einem zweistelligen prozentualen Wachstum, unter anderem getrieben durch starke Zuwächse im Online-Werbemarkt. Die Out-of-Home-Medien sollen sich dabei nach Online und TV am drittstärksten entwickeln. Auch wir sind für den türkischen Medienmarkt in 2013 wieder positiver gestimmt, halten aber aufgrund der zuletzt geringeren Marktdynamik momentan nur mittlere einstellige Marktwachstumsraten für wahrscheinlich. Mit Blick auf 2014 sehen wir dagegen ein höheres Wachstumstempo im Zuge der erwarteten Beruhigung an den Finanzmärkten.

### Entwicklung des polnischen Werbemarktes

Der polnische Werbemarkt entwickelte sich im Berichtsjahr in allen wesentlichen Segmenten außer der Internet-Werbung rückläufig. Der Medienmarkt stand unter dem Einfluss der im Jahresverlauf verstärkten konjunkturellen Eintrübung sowie des anhaltend hohen Rabattdrucks. Die Prognosen der Marktexperten zur Werbemarktentwicklung für die kommenden Jahre stellen sich uneinheitlich dar. Während ZenithOptimedia für 2013 nochmals deutlich rückläufige Werbeausgaben für den Gesamtmarkt wie auch für die Out-of-Home-Medien prognostiziert, erwartet PwC ein Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. MagnaGlobal rechnet in 2013 mit einem stagnierenden Werbemarkt in Polen. Wir gehen in unseren Planungen im gleichen Jahr von einem mittleren prozentualen Out-of-Home-Marktrückgang aus und rechnen erst ab dem Jahr 2014 mit einer graduellen Erholung.

### Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Die künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe hängt wesentlich von der Entwicklung der Werbeinvestitionen in Deutschland, der Türkei und Polen sowie dem auf die Out-of-Home-Medien entfallenden Gesamtmarktanteil ab. Prognosen müssen daher die Abhängigkeit der Werbeinvestitionen von Konjunkturschwankungen und der Intensität der Konsumausgaben berücksichtigen. Das kurzfristige, überwiegend nur auf wenige Monate in die Zukunft gerichtete Buchungsverhalten der Werbekunden schränkt zudem die Zuverlässigkeit unserer Aussagen zur langfristigen Entwicklung von Umsätzen und Ergebnissen deutlich ein.

### Ströer Konzern

Wir unterstellen für 2013 eine Stabilisierung der Konjunkturdaten sowie eine allmähliche Überwindung der Euro- und Staatsverschuldungskrise. Dies sollte uns – gestützt von unseren Investitionen in Premium-Inventar und vertriebliche Kundenbindungsmaßnahmen – für das Jahr 2013 ein organisches Gruppenumsatzwachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich ermöglichen. Umsatzzuwächse ergeben sich darüber hinaus in 2013 aus der Akquisition der Online-Aktivitäten, die voraussichtlich ab dem zweiten Quartal konsolidiert werden können. Sollte die Stabilisierung im konjunkturellen wie im werblichen Umfeld in 2014 anhalten, rechnen wir aus heutiger Sicht – gestützt von einem überdurchschnittlichen Umsatzwachstum der Online-Aktivitäten – für das Folgejahr mit einem organischem Konzernumsatzwachstum im niedrigen bis mittleren Prozentbereich.

→ Wir verweisen bezüglich der Online-Akquisition auf unsere Ausführungen im Nachtragsbericht auf Seite 90

Kostenseitig erwarten wir in 2013 einen oberhalb der Umsatzentwicklung liegenden Anstieg. Die im Wesentlichen umsatzinduzierten Erhöhungen bei den Pacht- und Bewirtschaftungskosten gehen dabei mit marktpreisbedingt höheren Energiekosten und Inflationsanpassungen auf festen Mietverpflichtungen in der Türkei einher. Bezüglich der Overhead-Kosten rechnen wir mit höheren Personalkosten sowie Aufbaukosten für Vertriebs- und IT-Projekte.

Im Ergebnis sollte sich dies – konstante Währungskurse vorausgesetzt – in einem moderaten Anstieg des Operational EBITDA der Gruppe in 2013 niederschlagen, wobei aufgrund des geringen organischen Umsatzwachstums und der im Vergleich zum Außenwerbebusiness niedrigeren Online-Marge nicht von einer EBITDA-Margenerhöhung auszugehen ist. Für 2014 erwarten wir sowohl im Kerngeschäft als auch bei den Online-Aktivitäten weiter zunehmende EBITDA-Beiträge und -Margen.

### **Segment Deutschland**

Bei unseren Kunden in Deutschland beobachten wir eine der wirtschaftlichen Lage entsprechende vorsichtige Grundhaltung, jedoch auch ein besonderes Interesse an unseren Premiumprodukten und den digitalen Formaten. Bereits im Berichtsjahr haben wir die Basis für eine verbesserte regionale sowie eine stärkere volumen- und erfolgsorientierte nationale Vermarktung gelegt. Impulse erwarten wir auch von der besseren Vergleichbarkeit der Media-Leistungswerte durch die Einführung des weiter oben beschriebenen PpS-Systems. Als Marktführer in Deutschland tragen wir mit unseren digitalen Out-of-Home-Angeboten, insbesondere dem Out-of-Home-Channel in Bahnhöfen und Einkaufszentren, zu dieser Entwicklung in erheblichem Umfang bei. Wir werden den selektiven Ausbau unseres digitalen Inventars in den nächsten Jahren vorantreiben. Trotz der Erwartung eines stagnierenden Werbemarktes im Jahre 2013 rechnen wir aufgrund der von uns eingeleiteten Maßnahmen für Ströer Deutschland mit einem organischen Umsatzzuwachs im niedrigen einstelligen Prozentbereich und für das Folgejahr mit einer leicht verbesserten Wachstumsrate. Hinsichtlich der Profitabilität sind wir optimistisch, dass wir die Operational EBITDA-Marge ab 2014 wieder steigern können.

### **Segment Türkei**

Wie in Deutschland sind wir auch im türkischen Außenwerbemarkt attraktiv positioniert. In den vergangenen Jahren haben wir mit umfangreichen Investitionen in Premiumwerbeträger mit Wechsler-technologie unsere Kapazitäten im Segment der großen Werbeformate erweitert. Mittelfristig sollte abseits politischer oder konjunktureller Verwerfungen wieder eine Wachstumsrate des Medien- und Außenwerbemarktes oberhalb des Prozentsatzes der BIP-Entwicklung möglich sein. Für die beiden folgenden Geschäftsjahre erwarten wir aber eher einen Gleichklang zwischen der Medienmarkt- und volkswirtschaftlichen Entwicklung. Mit unseren Investitionen in die Ausweitung unserer Werbeträgerkapazitäten speziell im Großraum Istanbul sehen wir uns für weiteres Wachstum adäquat aufgestellt. Dieser Mengeneffekt sollte sich in einem Umfeld robuster Nachfrage deutlich stärker niederschlagen als im Berichtsjahr. Zusätzliche Impulse sind aus neuen Vertriebskonzepten bei der Vermarktung von Riesenpostern sowie regionalen Werbeträgern zu erwarten. In diesem Gesamtkontext gehen wir für 2013 von einer organischen Umsatzwachstumsrate im mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Der höhere Umsatz sollte angesichts des vergleichsweise höheren Anteils von Festmietvereinbarungen und moderaten Inflationsanpassungen zu verbesserten absoluten EBITDA-Werten und einer steigenden Operational EBITDA-Marge führen, zumal die Marge im Berichtsjahr deutlich von Anlaufkosten einzelner Stadtverträge beeinträchtigt war. Diese Entwicklung sollte sich im Jahr 2014 bei weiter steigenden Umsätzen fortsetzen.

### Segment Sonstige

Der polnische Werbemarkt wird nach unserer Einschätzung auch im Jahr 2013 durch die Auswirkungen der Eurokrise auf die polnische Wirtschaft belastet sein, wenngleich wir eine Beruhigung im Laufe des Jahres erwarten. Gleichzeitig sehen wir uns einem unvermindert starken Anbieterwettbewerb in der Außenwerbung gegenüber. Diesem werden wir mit dem Umbau bestehender Standorte in qualitativ höherwertige Werbeflächen begegnen und weniger attraktive Standorte konsequent zurückführen. Für das Jahr 2013 erwarten wir marktbedingt einen weiter rückläufigen organischen Umsatz, bevor wir ab dem Jahr 2014 vor dem Hintergrund eines verbesserten konjunkturellen Umfelds mit einer leichten Erholung rechnen. Zu einer Verminderung des vorherrschenden Rabattdrucks dürfte nach unserer Einschätzung ab 2015 die Einführung einer professionellen Leistungsmessung nach westeuropäischen Standards ebenso beitragen wie nicht unwahrscheinliche weitere Konsolidierungsschritte im Medienmarkt. Im Geschäftsbereich der Riesenposter (blowUP) erwarten wir im Jahr 2013 relativ stabile Umsätze. Dazu sollten neue großformatige Digitalboards in Großbritannien und den Niederlanden unterstützend beitragen. Hinsichtlich des Operational EBITDA sowie der Operational EBITDA-Marge des Segments erwarten wir insgesamt einen Rückgang. Infolge der sich stabilisierenden Geschäftslage in Polen sowie der verstärkten Durchdringung digitaler Medien in der blowUP-Gruppe unterstellen wir für 2014 eine Verbesserung der Operational EBITDA-Marge im Segment.

### Konzernjahresüberschuss

Das für die beiden nächsten Jahre geplante Wachstum des Operational EBITDA sollte zu einer Verbesserung des Konzernergebnisses nach Steuern führen. Dazu wird auch ein deutlich gesunkener Zinsaufwand beitragen. Einerseits kann durch die Neustrukturierung der Fremdfinanzierung eine Zinsersparnis im unteren einstelligen Millionenbereich realisiert werden, andererseits sinkt der Zinsaufwand in noch stärkerem Ausmaß durch das Auslaufen von Zinsderivaten, die vor einigen Jahren in Verbindung mit einer früheren Fremdfinanzierung abgeschlossen worden waren. Auf der anderen Seite können nicht zahlungswirksame Aufwendungen aus zinsinduzierten Bewertungsänderungen von Derivaten oder aus negativen währungskursinduzierten Bewertungsänderungen bei konzerninternen Darlehen das Finanzergebnis und damit den Konzernjahresüberschuss beeinträchtigen. Die Entwicklung der dafür ursächlichen Marktparameter wie Zinskurven und Währungskursverläufe sind kaum prognostizierbar und wurden deshalb bei unseren Aussagen zum erwarteten Konzernjahresüberschuss außer Acht gelassen.

### Erwartete Finanzlage

Im Berichtsjahr haben wir die syndizierte Kreditfinanzierung des Konzerns neu strukturiert und für einen Zeitraum von fünf Jahren bis Mitte 2017 verlängert. Die im Rahmen der Refinanzierung erfolgte Rückführung eines Teils der valutierenden Linien mit dem bisher vorgehaltenen Kassenbestand wird im Prognosezeitraum zu einer Entlastung im Zinsaufwand führen, wobei wir kurzfristig nicht von einem signifikanten Anstieg des Basiszinsniveaus ausgehen. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet, dass auch unter Berücksichtigung der im Berichtsjahr beobachteten konjunkturellen und saisonalen Schwankungen ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Es ist unser mittelfristiges Ziel, den Verschuldungskoeffizienten (Leverage Ratio) wieder auf Werte zwischen 2,0 und 2,5 zurückzuführen. Angesichts der anhaltenden Unsicherheiten an den für uns relevanten Märkten im Jahr 2013 halten wir es jedoch für nicht wahrscheinlich, Werte in dieser Bandbreite bereits im Jahresverlauf erreichen zu können. Die beabsichtigten Online-Transaktionen werden zu einer aus unserer Sicht nur unwesentlichen Erhöhung des bilanziellen Verschuldungsgrads führen, da wir einen Großteil der Kaufpreise über die Ausgabe neuer Aktien finanzieren. Zusammengefasst sind wir der Auffassung, dass uns die Kreditfinanzierung ausreichenden Spielraum gibt, um geplante Investitionen sowie zusätzlich sich bietende Geschäftschancen im Prognosezeitraum umzusetzen.

### Dividendenpolitik

Die Ströer AG versteht sich als Wachstumsunternehmen und beabsichtigt, die aus der Innenfinanzierung gewonnenen freien Mittel zunächst für die weitere Unternehmensentwicklung, eine verbesserte Kapitalausstattung und wertsteigernde Wachstumsprojekte zu verwenden. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unseren Reinvestitionen angemessene Renditen im Sinne der Aktionäre erzielen und damit unsere Wettbewerbsposition weiter festigen können. Dennoch wird der Vorstand in regelmäßigen Abständen in enger Abstimmung mit dem Aufsichtsrat eine mögliche Dividendenausschüttung an die Aktionäre des Unternehmens prüfen. Dabei werden jeweils aktuelle Marktbedingungen sowie die erwartete finanzielle Entwicklung des Konzerns Berücksichtigung finden.

### Geplante Investitionen

Im Prognosezeitraum haben wir im geschäftsüblichen Umfang vorrangig Investitionen in unser Werbeträgerportfolio vorgesehen, um bestehende Werbeträgernetze zu modernisieren oder neue Infrastrukturen im Zusammenhang mit verlängerten oder neu akquirierten Vertragsrechten zu schaffen. Ein wichtiger Teil unserer Wachstumsinvestitionen in 2013 betrifft die weitere Durchdringung der Bahnhöfe in Deutschland und zusätzlicher Einkaufszentren mit digitalen Medien. Darüber hinaus werden wir unsere kapazitätserhöhenden Investitionen für hochwertige Werbeträger in den wichtigen Metropolen Istanbul und Ankara in diesem Jahr fortsetzen. Im Segment Sonstige haben wir weitere Investitionen für Digitalboards in der blowUP-Gruppe sowie eine Ergänzung des polnischen Werbeträgerportfolios um hinterleuchtete Flächen vorgesehen. Innerhalb der Konzernholding beabsichtigen wir, die IT-Landschaft bis Anfang 2015 gruppenweit an die Herausforderungen des gewachsenen Geschäftsvolumens und der damit verbundenen Steuerungserfordernisse anzupassen. Grundsätzlich rechnen wir für Erneuerungs- und Ersatzinvestitionen im weiteren Sinn mit jährlichen Ausgaben von rund 5 Prozent unseres Umsatzes im Bereich der Außenwerbung. Für die Geschäftsjahre 2013 und 2014 erwarten wir, dass die Gesamtinvestitionen der Gruppe – ohne Berücksichtigung von Unternehmenserwerben – sich in einer Größenordnung von gut 50 Millionen Euro bewegen werden. Ein erheblicher Teil dieser Beträge ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass wir die Investitionssummen insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Marktlage und das Konzernbilanzbild bei Bedarf deutlich nach unten anpassen können. Die Konzernholding hat zu Beginn des Jahres 2013 weitere 15 Prozent der Anteile an der blowUP-Gruppe erworben und damit ihre Beteiligung auf 90 Prozent aufgestockt. Darüber hinaus stehen im Geschäftsjahr 2013 Investitionen für die bereits kartellrechtlich genehmigten Anteilerwerbe an der adscale/Ströer Interactive-Gruppe an.

## NACHTRAGSBERICHT

### Einstieg in Online-Werbevermarktung

Der Ströer Konzern wird voraussichtlich mit wirtschaftlicher Wirkung zum zweiten Quartal 2013 über seine Konzernholding Ströer AG zunächst rund 91 Prozent der Anteile an der adscale GmbH (im Folgenden: „adscale“), München, erwerben. Die Notarisierung des entsprechenden Kaufvertrags hat am 15. Dezember 2012 stattgefunden. Die adscale betreibt auf dem Gebiet der online-Vermarktung einen technologiebasierten Marktplatz („ad exchange“) für ein angeschlossenes Portfolio von rund 5.000 Websites. Innerhalb dieses Portfolios können werbungstreibende Kunden bzw. Agenturen (Advertiser) ihre gewünschten digitalen Werbeformate über eine transparente Plattform zielgruppengenau einkaufen. Den Betreibern der von adscale vermarkteten Websites dient diese Plattform als wichtiger Distributionskanal, um ihre Kapazitäten effizient auszulasten. Der Kaufpreis vor Verrechnung der Finanzschulden und Barreserven für die übernommenen Anteile an der Gesellschaft beträgt mindestens 15,9 Millionen Euro. Er kann sich aber aufgrund von vertraglichen Preisanpassungsklauseln (Earn-out-Vereinbarungen) noch erhöhen.

Des Weiteren wird die Ströer AG voraussichtlich mit wirtschaftlicher Wirkung zum zweiten Quartal 2013 sämtliche Anteile an der Ströer Interactive GmbH und der freeXmedia GmbH sowie 50,4 Prozent der Anteile an der Business Advertising GmbH erwerben. Die Notarisierung des Vertrags erfolgte am 22. Dezember 2012. Die Gesellschaften sind überwiegend auf dem Gebiet der Exklusivvermarktung von Websites tätig und schließen dafür entsprechende Serviceverträge mit Publishern ab. Die kontrahierten Websites werden horizontal und/oder vertikal zu zielgruppenspezifischen Themengebieten gebündelt (z. B. Auto-Kanal) und mittels unterschiedlicher Online Produkte werbungstreibenden Unternehmen bzw. Agenturen angeboten. Der Kaufpreis vor Verrechnung der Finanzschulden und Barreserven für die drei Gesellschaften beträgt höchstens 63,1 Millionen Euro. Die Begleichung des Basiselements der Kaufpreisverbindlichkeit erfolgt durch die Ausgabe von bis zu maximal rund 6,8 Millionen neuer Aktien der Ströer AG zum Ausgabekurs von 7,31 Euro. Eine etwaige Kaufpreisverbindlichkeit aus den vertraglich vereinbarten Preisanpassungsklauseln (Earn-out-Vereinbarungen) wird in bar beglichen.

Das Bundeskartellamt hat mit Bescheid vom 20. Februar 2013 die Freigabe zum Erwerb der vier oben beschriebenen Gesellschaften erteilt. Die Gesellschaften werden im Jahr 2013 ab dem Closing-Zeitpunkt der Anteilsübergänge im Wege der Vollkonsolidierung in den Ströer Konzernabschluss einbezogen. Im Rahmen dieser Konsolidierung werden die zu übernehmenden Vermögenswerte das Konzernvermögen voraussichtlich in Höhe eines mittleren zweistelligen Millionenbetrags erhöhen. Aus dem Erwerb der Gesellschaften werden bezogen auf einen Zwölf-Monats-Zeitraum ein Umsatzanstieg in der Größenordnung eines hohen zweistelligen Millionenbetrags sowie ein positiver Effekt auf die Ertragslage des Konzerns erwartet.

### Anteilserwerb: 15 Prozent an der blowUP Media GmbH

Der Ströer Konzern hat am 16. Mai 2012 über die Ströer AG einen Kaufvertrag über weitere 15 Prozent der Anteile an der blowUP Media GmbH, Köln, abgeschlossen. Der Kauf wurde aufschiebend befristet zum 1. Januar 2013 wirksam. Durch diesen Erwerb hat sich der von Ströer gehaltene Anteil von 75 Prozent auf 90 Prozent erhöht. Der Mindestkaufpreis für die zusätzlichen Anteile liegt im mittleren einstelligen Millionenbereich. Darüber hinaus enthält der Kaufvertrag Preisanpassungsklauseln (Earn-out-Vereinbarungen), deren Effekt zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden kann, die aber im Falle einer deutlich positiven Geschäftsentwicklung in den nächsten Jahren zu weiteren Kaufpreiszahlungen im insgesamt mittleren einstelligen Millionenbereich führen können.

### **Außerordentliche Hauptversammlung**

Im Rahmen einer außerordentlichen Hauptversammlung am 7. März 2013 haben die Aktionäre der Gesellschaft mit weit über 90 Prozent der Stimmen den Beschlussvorschlägen von Vorstand und Aufsichtsrat zur Änderung der Firma und des Unternehmensgegenstandes der Gesellschaft zugestimmt.

## **ANGABEN GEMÄSS § 315 HGB NEBST ERLÄUTERNDEN BERICHT DES VORSTANDS DER STRÖER AG**

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben dargestellt.

### **Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals**

Das Grundkapital der Ströer AG beträgt 42.098.238,00 Euro und ist in 42.098.238 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien eingeteilt. Der auf die einzelne Aktie entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beträgt 1 Euro.

### **Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen**

Beschränkungen zwischen Aktionären, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand nicht bekannt.

### **Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten**

Udo Müller besitzt 28,18 Prozent und Dirk Ströer 25,34 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Darüber hinaus sind dem Vorstand nach dem WpHG keine Beteiligungen am Kapital gemeldet, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten.

### **Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen**

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

### **Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder und Satzungsänderung**

Die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder obliegt nach § 84 AktG dem Aufsichtsrat. Die Satzung der Ströer AG regelt in § 8 die Zusammensetzung des Vorstands. Über Satzungsänderungen beschließt gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 AktG die Hauptversammlung. Die näheren Verfahrensregelungen sind in § 181 AktG in Verbindung mit § 12 der Satzung der Ströer AG enthalten.

### **Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf**

Mit Beschluss vom 13. Juli 2010 hat die Hauptversammlung den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 12. Juli 2015 Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen auszugeben mit einem Gesamtbetrag von bis zu TEUR 11.776. Das Grundkapital der Ströer AG ist um bis zu TEUR 11.776 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund des vorgenannten Beschlusses der Hauptversammlung begeben werden.

Nach dem Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juli 2010 ist der Vorstand der Ströer AG ermächtigt, eigene Aktien bis zu 10 Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung ist bis zum 9. Juli 2015 befristet. Die Möglichkeit, eigene Aktien zu erwerben, wurde bislang nicht genutzt.

### **Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots stehen, und die hieraus folgenden Wirkungen**

#### **Facility Agreement**

Zwischen der Ströer AG und einem Konsortium aus verschiedenen Banken und Finanzinstituten besteht ein Kreditvertrag (Facility Agreement), auf dessen Grundlage das Konsortium an die Gesellschaft ein Darlehen von 275 Millionen Euro ausgereicht und eine Kreditlinie von 225 Millionen Euro eingeräumt hat. Durch dieses im Jahr 2012 neu abgeschlossene Facility Agreement wurden die bisher bestehenden Verbindlichkeiten aus Darlehen und Nachrangdarlehen abgelöst.

Die Bedingungen im Hinblick auf einen Kontrollwechsel entsprechen den marktüblichen Vereinbarungen. Sie führen nicht zur automatischen Beendigung, sondern räumen unseren Vertragspartnern für den Fall eines Kontrollwechsels lediglich die Möglichkeit ein, diese zu kündigen, bzw. sie lösen die Verpflichtung aus, die Aktien an der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. zu erwerben.

#### **Vorstandsanstellungsvertrag**

Der Vorstandsanstellungsvertrag zwischen der Ströer AG und Dirk Wiedenmann enthielt ein Sonderkündigungsrecht für Dirk Wiedenmann, nach dem dieser im Falle eines Kontrollwechsels den Anstellungsvertrag mit einer Frist von zwölf Monaten hätte kündigen können. Mit dem Ausscheiden von Dirk Wiedenmann aus dem Vorstand zum 31. Dezember 2012 ist dieses Sonderkündigungsrecht entfallen.