

STRÖER MEDIA SE, KÖLN

STRÖER

JAHRESABSCHLUSS UND BERICHT ÜBER DIE
LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS 2014

Ströer Media SE (vormals: Ströer Media AG), Köln

Bilanz zum 31. Dezember 2014

AKTIVA

	31.12.2014 EUR	31.12.2013 EUR
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.341.028,72	3.151.974,83
Geleistete Anzahlungen	7.576.905,50	10.441.520,46
	10.917.934,22	13.593.495,29
Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.868.208,08	2.235.874,94
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	81.390,02	95.154,64
	2.949.598,10	2.331.029,58
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	523.926.134,56	454.600.972,34
Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	45.868.942,92	99.321.614,15
Sonstige Ausleihungen	26.929,74	29.000,00
	569.822.007,22	553.951.586,49
	583.689.539,54	569.876.111,36
UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	108.317,67	99.448,01
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	54.944.599,42	49.533.093,50
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	170,65
Sonstige Vermögensgegenstände	6.028.683,83	4.418.809,52
	61.081.600,92	54.051.521,68
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	14.375.075,65	9.246.752,65
	75.456.676,57	63.298.274,33
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	3.924.483,08	2.815.017,35
	663.070.699,19	635.989.403,04

PASSIVA

	31.12.2014 EUR	31.12.2013 EUR
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	48.869.784,00	48.869.784,00
- Bedingtes Kapital: EUR 14.952.400,00 (Vorjahr: EUR 14.952.400,00)		
Kapitalrücklage	341.650.227,64	341.650.227,64
Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	90.190.456,72	66.445.994,26
Bilanzgewinn	45.954.725,60	48.631.440,86
	526.665.193,96	505.597.446,76
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	20.323,00	32.349,00
Steuerrückstellungen	7.567.734,00	3.931.241,03
Sonstige Rückstellungen	7.160.515,10	19.131.965,86
	14.748.572,10	23.095.555,89
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	49.167.091,73	57.511.897,01
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 167.091,73 (Vorjahr: EUR 511.876,65)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.977.727,85	4.508.854,35
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 3.977.727,85 (Vorjahr: EUR 4.508.854,35)		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	48.410.805,63	28.318.696,98
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 48.410.805,63 (Vorjahr: EUR 28.318.696,98)		
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.990.000,00	0,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 3.990.000,00 (Vorjahr: EUR 0,00)		
Sonstige Verbindlichkeiten	1.425.693,02	1.204.284,11
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 1.425.693,02 (Vorjahr: EUR 1.204.284,11)		
- davon aus Steuern: EUR 535.039,96 (Vorjahr: EUR 326.703,44)		
	106.971.318,23	91.543.732,45
PASSIVE LATENTE STEUERN	14.685.614,90	15.752.667,94
	663.070.699,19	635.989.403,04

Ströer Media SE (vormals: Ströer Media AG), Köln

Gewinn- und Verlustrechnung für 2014

	2014 EUR	2013 EUR
Andere aktivierte Eigenleistungen	86.518,34	826.405,45
Sonstige betriebliche Erträge	26.699.148,88	21.827.506,73
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung: EUR 790,35 (Vorjahr: EUR 2.501,97)		
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-19.110.600,43	-15.521.417,04
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-2.250.522,90	-1.474.754,05
- davon für Altersversorgung: EUR 59.063,88 (Vorjahr: EUR 16.382,26)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-5.824.806,56	-3.962.238,91
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16.475.352,69	-19.523.749,23
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung: EUR 15.245,76 (Vorjahr: EUR 25.019,97)		
Erträge aus Beteiligungen	4.500.000,00	295.438,43
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 4.500.000,00 (Vorjahr: EUR 295.438,43)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	46.932.199,87	47.494.866,80
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	2.639.671,24	8.132.257,33
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 2.639.671,24 (Vorjahr: EUR 8.132.257,33)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	212.844,28	174.365,30
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 181.207,35 (Vorjahr: EUR 33.522,46)		
Aufwendungen aus Verlustübernahme	-980.102,35	0,00
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.551.570,16	-4.516.985,91
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 7.731,32 (Vorjahr: EUR 38.888,96)		
- davon Aufwendungen aus der Abzinsung: EUR 6.741,66 (Vorjahr: EUR 1.683,17)		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	31.877.427,52	33.751.694,90
Außerordentliche Aufwendungen	-240.483,17	-26.322,50
Außerordentliches Ergebnis	-240.483,17	-26.322,50
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.640.633,16	-5.032.608,55
- davon Ertrag/Aufwand aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern: EUR 1.067.053,04 Ertrag (Vorjahr: EUR 911.036,33 Ertrag)		
Sonstige Steuern	-41.585,59	-61.322,99
Jahresüberschuss	25.954.725,60	28.631.440,86
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	48.631.440,86	39.986.719,34
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-23.744.462,46	-19.986.719,34
Dividendenausschüttung	-4.886.978,40	0,00
Bilanzgewinn	45.954.725,60	48.631.440,86

Ströer Media SE (vormals: Ströer Media AG), Köln Anhang für 2014

A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer Media SE (vormals: Ströer Media AG), Köln, (im Folgenden „Ströer SE“, „Gesellschaft“ oder „SMH“) ist mit Satzung vom 18. Juni 2014 gegründet worden. Die Eintragung in das Handelsregister B erfolgte am 15. Oktober 2014 unter Nr. HRB 82548. Die Umwandlung im Wege des Formwechsels der Ströer Media AG, Köln (Amtsgericht Köln, HRB 41548) erfolgte nach Maßgabe des Umwandlungsplanes vom 30. April 2014 und des Beschlusses der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014.

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 – 5 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 abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultierten Abschreibungen in Höhe von TEUR 72 (Vj.: TEUR 35).

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 4,62 Prozent gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Rentensteigerungen wurden mit 1,0 Prozent berücksichtigt. Es wurde keine Fluktuation berücksichtigt.

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 Dif-

ferenzen 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 SMH 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		
	1.1.2014 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2014 EUR	1.1.2014 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2014 EUR	31.12.2014 EUR	31.12.2013 EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	8.575.337,80	984.260,14	677.408,30	582.470,11	9.464.659,75	5.423.362,97	1.377.676,36	677.408,30	6.123.631,03	3.341.028,72	3.151.974,83
Geleistete Anzahlungen	12.619.520,46	831.855,15	0,00	-582.470,11	12.868.905,50	2.178.000,00	3.114.000,00	0,00	5.292.000,00	7.576.905,50	10.441.520,46
	21.194.858,26	1.816.115,29	677.408,30	0,00	22.333.565,25	7.601.362,97	4.491.676,36	677.408,30	11.415.631,03	10.917.934,22	13.593.495,29
SACHANLAGEN											
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	6.677.607,74	1.953.230,59	117.618,60	51.251,66	8.564.471,39	4.441.732,80	1.333.130,20	78.599,69	5.696.263,31	2.868.208,08	2.235.874,94
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	95.154,64	37.487,04	0,00	-51.251,66	81.390,02	0,00	0,00	0,00	0,00	81.390,02	95.154,64
	6.772.762,38	1.990.717,63	117.618,60	0,00	8.645.861,41	4.441.732,80	1.333.130,20	78.599,69	5.696.263,31	2.949.598,10	2.331.029,58
FINANZANLAGEN											
Anteile an verbundenen Unternehmen	455.164.836,41	4.428.648,00	667.349,85	65.000.000,00	523.926.134,56	563.864,07	0,00	563.864,07	0,00	523.926.134,56	454.600.972,34
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	99.321.614,15	22.881.206,77	11.333.878,00	-65.000.000,00	45.868.942,92	0,00	0,00	0,00	0,00	45.868.942,92	99.321.614,15
Sonstige Ausleihungen	29.000,00	0,00	2.070,26	0,00	26.929,74	0,00	0,00	0,00	0,00	26.929,74	29.000,00
	554.515.450,56	27.309.854,77	12.003.298,11	0,00	569.822.007,22	563.864,07	0,00	563.864,07	0,00	569.822.007,22	553.951.586,49
	582.483.071,20	31.116.687,69	12.798.325,01	0,00	600.801.433,88	12.606.959,84	5.824.806,56	1.319.872,06	17.111.894,34	583.689.539,54	569.876.111,36

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. Hierauf erfolgte eine Abschreibung in Höhe von TEUR 3.114 aufgrund eingeschränkter künftiger Nutzbarkeit.

b) Finanzanlagen

Die SMH hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 3. Januar 2014 weitere 8,9 Prozent der Anteile an der Ballroom International GmbH (vormals: Ballroom International CEE Holding GmbH), Glonn, (im Folgenden „Ballroom Holding“) erworben. Der Kaufpreis für die zusätzlichen Anteile betrug TEUR 2.850. Darüber hinaus hat die SMH mit Wirkung zum 3. Juli 2014 noch einmal 1,0 Prozent der Anteile an der Ballroom Holding zu einem Kaufpreis von TEUR 415 erworben. Im Rahmen der Ausübung einer Put-Option durch nicht beherrschende Gesellschafter erfolgte zudem mit wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Juli 2014 ein weiterer Erwerb in Höhe von 4,0 Prozent der Anteile an der Ballroom Holding. Der entsprechende Kaufpreis aus der Ausübung der Put-Option belief sich auf rund TEUR 1.331.

Im Februar 2014 hat die SMH als alleinige Gesellschafterin die Ströer Venture GmbH, Köln, gegründet. Das Stammkapital der Ströer Venture GmbH beträgt TEUR 25 und ist in voller Höhe eingezahlt.

An der blowUP Media Espana S.A., Madrid/Spanien, wurden weitere Anteile in Höhe von TEUR 2 von zwei Vorstandsmitgliedern erworben.

Des Weiteren hat die SMH im Dezember 2014 einen Teil ihrer Ausleihungen an die türkische Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, im Wege einer Einlage in deren Eigenkapital eingebracht. Die Kapitalerhöhung belief sich auf TEUR 45.000. In gleicher Weise hat die SMH auch bei ihrer polnischen Tochtergesellschaft Ströer Polska Sp. Z o.o., Warschau/Polen, im Dezember 2014 eine Einlage in Höhe von TEUR 20.000 geleistet. Diese erfolgte durch Umwandlung von Darlehen.

Die verbleibende Veränderung der Ausleihungen an verbundene Unternehmen beinhaltet zum einen den Zugang von Zinsforderungen des Geschäftsjahres 2014 gegenüber der Ströer Polska Sp. Z o.o., Warschau/Polen, in Höhe von TEUR 942 sowie von Zinsfor-

derungen des letzten Quartals 2013 gegenüber der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, in Höhe von TEUR 1.336. Zum anderen ergaben sich Zugänge aus der Gewährung von Ausleihungen an die Ströer Venture GmbH, Köln, (im Saldo TEUR 10.555, davon TEUR 11.289 Zugänge und TEUR 734 Rückzahlungen), die GIGA Digital AG, Berlin, (TEUR 2.300), die Ballroom Holding (TEUR 1.000) und die GIGA Fixxoo GmbH, Berlin, (TEUR 400). Des Weiteren erhielt die Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, eine weitere Ausleihung in Höhe von TEUR 2.014. Demgegenüber hat die Ströer Digital Group GmbH, Köln, ihre am Jahresanfang bestehende Verbindlichkeit in Höhe von TEUR 2.000 vollständig zurückgeführt. Unterjährig neu aufgenommene Darlehen hat sie ebenfalls unterjährig wieder komplett zurückgeführt. Des Weiteren hat die Ströer Polska Sp. Z.o.o., Warschau/Polen, Darlehen in Höhe von TEUR 5.000 zurückgezahlt.

Gemäß Gesellschafterbeschluss vom 20. Dezember 2013 und nach Eintragung ins französische Handelsregister („Registre du Commerce“) am 25. Februar 2014 wurde die BlowUP Media France SAS, Paris/Frankreich, liquidiert. Für die SMH entstand ein Liquidationserlös in Höhe von TEUR 59.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2014 TEUR	31.12.2013 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	108	100
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	54.945	49.533
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	6.029	4.419
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	504	513
	61.082	54.052

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 46.932 (Vj.: TEUR 47.495) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SMD“), in Höhe von TEUR 2.309 (Vj.: TEUR 2.038) aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr sowie aus kurzfristig gewährten Darlehen gegenüber der Ballroom Holding (TEUR 760) und der RZV Digital A.S., Istanbul/Türkei (TEUR 220). Des Weiteren besteht eine Forderung aus dem Cash-Pooling mit

der Ströer Digital Group GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SDG“) in Höhe von TEUR 4.724. In den sonstigen Vermögensgegenständen werden vor allem Steuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 4.386 (Vj.: TEUR 3.666), eine Rückgriffsforderung aus steuerlichen Sachverhalten in Höhe von TEUR 911 (Vj.: TEUR 0) sowie Kautionen in Höhe von TEUR 329 (Vj.: TEUR 326) und Zinsforderungen in Höhe von TEUR 100 (Vj.: TEUR 200) ausgewiesen.

3. Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthalten im Wesentlichen Gebühren für Banken und Berater im Rahmen der in 2012 und 2014 abgeschlossenen Refinanzierungen in Höhe von TEUR 3.563 (Vj.: TEUR 2.464), die über die Laufzeit des Darlehens bis April 2019 rätierlich aufgelöst werden. Wir verweisen auch auf unsere Erläuterungen unter C. 8. a) iii).

4. Eigenkapital

a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital beträgt unverändert TEUR 48.870.

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 48.869.784 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von 1 EUR, die voll eingezahlt sind.

Genehmigtes Kapital 2014

Das Genehmigte Kapital I wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014 aufgehoben. Mit gleichem Beschluss wurde ein neues Genehmigtes Kapital 2014 geschaffen:

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 18.938.495,00 durch Ausgabe von bis zu 18.938.495 neuen auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer Media AG noch vorhanden ist.

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 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 Ausgabebetrages 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 % 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 18. Juni 2014 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 18. Juni 2014 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 Aktienaussgabe entscheidet der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist vorzunehmen.

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu Euro 11.776.000,00 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6 der Satzung der Ströer Media AG noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 unter Tagesordnungspunkt 4 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen Stückaktien erfolgt zudem zu 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 Stückaktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- bzw. Wandlungsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand ist ermächtigt, die weiteren Einzel-

heiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung mit Zustimmung des Aufsichtsrats festzusetzen.

Bedingtes Kapital 2013

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 3.176.400 durch Ausgabe von bis zu 3.176.400 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6A Abs. 1 der Satzung der Ströer Media AG noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an am Gewinn teil, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist. Der Vorstand der Gesellschaft wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2013 zu ändern.

b) Kapitalrücklage

Die Gesellschaft verfügt zum Bilanzstichtag über eine Kapitalrücklage in Höhe von TEUR 341.650 (davon TEUR 307.199 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 18. Juni 2014 wurden TEUR 23.744 aus dem Bilanzgewinn 2013 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

d) Bilanzgewinn

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 18. Juni 2014 wurden TEUR 4.887 (EUR 0,10 je dividendenberechtigter Stückaktie) als Dividende ausgeschüttet und TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2013 auf neue Rechnung vorgetragen.

5. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Für Pensionen wurden in der Gesellschaft Rückstellungen in Höhe von TEUR 20 (Vj.: TEUR 32) gebildet.

6. Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen beinhalten Rückstellungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 7.568.

7. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Personalarückstellungen	5.602
Ausstehende Rechnungen	1.275
Übrige	284
Summe	7.161

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	49.167 (Vj. 57.512)	167 (Vj. 512)	49.000 (Vj. 57.000)	0 (Vj. 0)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.978 (Vj. 4.509)	3.978 (Vj. 4.509)	0 (Vj. 0)	0 (Vj. 0)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	48.411 (Vj. 28.319)	48.411 (Vj. 28.319)	0 (Vj. 0)	0 (Vj. 0)
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.990 (Vj. 0)	3.990 (Vj. 0)	0 (Vj. 0)	0 (Vj. 0)
Sonstige Verbindlichkeiten	1.425 (Vj. 1.204)	1.425 (Vj. 1.204)	0 (Vj. 0)	0 (Vj. 0)
	106.971 (Vj. 91.544)	57.971 (Vj. 34.544)	49.000 (Vj. 57.000)	0 (Vj. 0)

a) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

i) Darlehensverbindlichkeit

Am 14. April 2014 haben die SMH und die SMD ein syndiziertes Darlehen in einem Volumen von insgesamt TEUR 500.000 (einschließlich Kreditlinie) bei einem Bankenkonkorsortium aufgenommen („Facility Agreement“). Das Konsortium steht unter der Führung der Commerzbank AG, Filiale Luxemburg, als Kreditagent und besteht aus insgesamt zwölf Geschäftsbanken. Durch dieses Darlehen wurde die zuvor bestehende Finanzierung aus 2012 aktualisiert und optimiert.

Der syndizierte Kredit hat eine Laufzeit von 5 Jahren bis zum 14. April 2019 und ist in eine endfällige sog. „Term Loan“ Tranche in Höhe von TEUR 250.000 und eine „Revolving Credit Facility“ (RCF) Tranche (Kreditlinie) in Höhe von TEUR 250.000 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 130 bps und 275 bps. Zum 31. Dezember 2014 beträgt die Marge 195 bps für den Term Loan und 160 bps für die RCF Tranche.

Während der Term Loan der SMD zugeordnet ist, verfügt die Ströer SE über die RCF Tranche, welche sie zum 31. Dezember 2014 in Höhe von TEUR 49.000 in Anspruch genommen hat. Die nächste Zinszahlung für die RCF Tranche erfolgt am 13. Februar 2015.

ii) Zinsen aus dem Facility Agreement

Zum Ende des Geschäftsjahres steht die Zinsabrechnung für den Zeitraum vom 15. Dezember 2014 bis 16. Februar 2015 für die RCF Tranche noch aus. Hierfür wird für den Zeitraum vom 15. Dezember 2014 bis 31. Dezember 2014 eine Zinsverbindlichkeit in Höhe von TEUR 35 (Vj.: TEUR 258) bilanziert.

iii) Gebühren aus dem Facility Agreement

Im Zusammenhang mit der Refinanzierung in 2014 sind EUR 3,2 Mio. Kreditbereitstellungsgebühren angefallen. Die SMH hat hiervon entsprechend des von ihr übernommenen Anteils an der Refinanzierung einen Betrag in Höhe von TEUR 1.620 zusätzlich zu den bereits im Rahmen der Refinanzierung 2012 aktivierten Kreditbereitstellungsgebühren wirtschaftlich getragen und aktiviert. Der Betrag wird über die Laufzeit des Facility Agreements linear abgeschrieben. Er beläuft sich zum 31. Dezember 2014 auf TEUR 3.563 (Vj.: TEUR 2.464).

Des Weiteren stehen zum 31. Dezember 2014 die alle 3 Monate durchgeführten Abrechnungen von Bereitstellungsprovisionen für den nicht in Anspruch genommenen Teil des Kreditrahmens aus. Die Verbindlichkeiten daraus betragen zum Stichtag TEUR 132 (Vj.: TEUR 221).

b) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 46.107 (Vj.: TEUR 26.426) aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des SMH-Konzerns sowie in Höhe von TEUR 980 (Vj.: TEUR 0) aus dem Ergebnisabführungsver-

trag mit der Ströer Digital Group GmbH, Köln. Des Weiteren beinhalten sie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.324 (Vj.: TEUR 1.893).

c) Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht

Die Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, resultieren aus einem kurzfristigen Darlehen von der X-City Marketing GmbH, Hannover.

d) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten insbesondere Zinsverbindlichkeiten, die in Höhe von TEUR 878 (Vj.: TEUR 871) auf Zinsswap-Geschäfte zurückzuführen sind. Weiterhin bestehen zum Bilanzstichtag Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer für das Geschäftsjahr 2014 in Höhe von TEUR 369 (Vj.: TEUR 327) sowie Umsatzsteuerverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 166 (Vj.: TEUR 0).

9. Latente Steuern

Latente Steuern auf Ebene der SMH (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 14.686 (Vj.: TEUR 15.753). Die passiven latenten Steuern resultieren unverändert aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers SMH. 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 8.185 (Vj.: TEUR 15.901) resultieren maßgeblich aus steuerlich nutzbaren Verlustvorträgen zum 31. Dezember 2014.

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

in TEUR	31.12.2014		31.12.2013	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	363	5.495	2	7.865
Sachanlagen	127	0	163	0
Finanzanlagen	0	15.185	0	21.601
Pensionsrückstellungen	530	0	346	0
Sonstige Rückstellungen	2.602	2.187	3.027	2.189
Verbindlichkeiten	92	4	329	0
Latente Steuern	3.714	22.871	3.867	31.654
Zinsvorträge	28	0	5.426	0
Verlustvorträge	4.443	0	6.607	0
Gesamt	8.185	22.871	15.901	31.654
Saldierung	-8.185	-8.185	-15.901	-15.901
Bilanzansatz	0	14.686	0	15.753

Zum 31. Dezember 2014 bestehen steuerliche Verlustvorträge für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 28.075 (Vj.: TEUR 41.758) und für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 0 (Vj.: TEUR 0). Darüber hinaus besteht ein Zinsvortrag zum 31. Dezember 2014 in Höhe von TEUR 86 (Vj.: TEUR 16.721). Unter Berücksichtigung der steuerlich nutzbaren Verlustvorträge, der Mindestbesteuerung im Jahr 2014 sowie der aktiven latenten Steuern auf den bestehenden Zinsvortrag ergibt sich eine Steuerquote für die SMH in Höhe von 17,85 Prozent.

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Andere aktivierte Eigenleistungen

Im Rahmen von IT-Eigenentwicklungen im Ströer Konzern wurden im Geschäftsjahr 2014 Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 87 (Vj.: TEUR 826 im Rahmen der Anschaffung einer einheitlichen IT-Anwendungslandschaft) aktiviert.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2014
	TEUR
Erträge aus kaufmännischen und technischen Serviceleistungen	22.176
Erträge aus weiterberechneten Kosten	2.682
Erträge aus Rückgriffsforderungen	911
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	811
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	67
Übrige Erträge	52
	26.699

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultieren in erster Linie aus der Auflösung von Bonusrückstellungen (TEUR 383) sowie von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen (TEUR 328). In den übrigen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 20 aus Kostenerstattungen für 2013 enthalten.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere Kosten im Zusammenhang mit IT (TEUR 3.144), Aufwendungen, die an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden (TEUR 2.682), Rechts- und Beratungskosten (TEUR 2.339), Raumkosten (TEUR 1.400), Werbe- und Messekosten (TEUR 939), Entwicklungskosten (TEUR 767), Datenkommunikationskosten (TEUR 694) sowie Reisekosten (TEUR 596). In den übrigen Aufwendungen sind periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 181 enthalten. Diese resultieren primär aus Nachzahlungen von IHK-Beiträgen.

4. Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen resultieren aus einer Ausschüttung der blowUP Media GmbH, Köln, in Höhe von TEUR 4.500 an die SMH gemäß Gesellschafterbeschluss vom 23. Juni 2014.

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 Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen.

6. Aufwendungen aus Verlustübernahme

Die Aufwendungen aus Verlustübernahme ergeben sich aus der Übernahme des Jahresergebnisses der SDG. Die Gesellschaft hat mit Wirkung zum 1. Juli 2013 einen entsprechenden Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen.

7. Außerordentliche Aufwendungen

Die außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 240 beinhalten die Kosten der Umwandlung der Gesellschaft in eine Aktiengesellschaft nach europäischem Recht (Societas Europaea, SE).

8. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

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

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Körperschaftsteuer inkl. Solidaritätszuschlag in Höhe von TEUR 1.220 sowie Aufwendungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 6.129 für das laufende Geschäftsjahr bzw. Vorjahr (TEUR 1.068). Des Weiteren beinhalten sie Erträge für die Bildung latenter Steuern in Höhe von TEUR 1.067, anrechenbare Quellensteuern der Jahre 2010 bis 2013

(TEUR 1.139) sowie Erstattungen von Kapitalertrag- (TEUR 268) und Gewerbesteuer 2012 (TEUR 304).

E. Sonstige Angaben

1. Kapitalflussrechnung

	2014 TEUR	2013 TEUR
1. Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten und vor Ergebnisabführung/Ergebnisübernahme	26.195	28.658
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	5.825	3.962
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	3.481	-8.559
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-47.884	-49.069
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	-67	-2
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	41.438	31.138
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-1.170	-672
Ein- (+) und Auszahlungen (-) aus außerordentlichen Posten	-240	0
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	27.578	5.456
2. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	75	10
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-1.991	-340
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	0	0
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-1.816	-10.735
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	16.395	2.767
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-41.173	-48.315
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-28.510	-56.613
3. Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit		
Dividenden (-)	-4.887	0
Auszahlungen (-) für Eigenkapitalbeschaffungen	0	-26
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	14.957	29.054
Einzahlung (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	3.990	50.000
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	-8.000	-21.641
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	6.060	57.387
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 - 3)	5.128	6.230
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	9.247	3.017
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	14.375	9.247
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	14.375	9.247
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	14.375	9.247

2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

a) Haftungsverhältnisse

Im Rahmen des Darlehensvertrags zwischen der SMH, der SMD (beide Borrowers) sowie weiteren Gesellschaften der Ströer Gruppe (Guarantors) und dem Bankenkonsortium haftet die Gesellschaft als Vertragspartner (Guarantor) des Facility Agreements im Sinne eines selbstständigen Garantieversprechens gesamtschuldnerisch für die Darlehensverbindlichkeiten der SMD in Höhe von TEUR 250.000.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Ströer DERG Media GmbH, Kassel, hat die SMH 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.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der SDG und deren Tochtergesellschaften hat die SMH sich mit Vertrag vom 17. Juli 2013 verpflichtet, zur Besicherung eines Darlehens der Media Ventures GmbH, Köln, (im Folgenden „Media Ventures“) einen Betrag in Höhe von TEUR 5.000 für maximal 18 Monate auf ein separates Kontokorrentkonto zu transferieren. Dieser Hinterlegungsbetrag wurde von der Media Ventures mit 5 Prozent p.a. verzinst. Der Rücktransfer dieses Betrages in die frei verfügbaren liquiden Mittel der SMH erfolgte am 14. Januar 2014.

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

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 17.172 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 0). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen unter anderem folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

■ bis zu einem Jahr:	TEUR	2.279
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	7.152
■ größer 5 Jahre:	TEUR	4.267

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	1.079
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	2.017
■ Größer 5 Jahre:	TEUR	378

Weiterhin bestehen Verpflichtungen aus gewährten Put-Optionen an Minderheitsgesellschafter, deren Ausübungsbedingungen zum 31. Dezember 2014 nicht erfüllt waren. Der theoretische Wert aus diesen Optionen resultierenden potentiellen Verbindlichkeiten beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 14.299. Eine Aussage zu den Zahlungszeitpunkten ist nicht möglich, da die SMH keine Kontrolle über den genauen Zeitpunkt der Ausübung durch die Optionsinhaber hat. Es sind jedoch alle Optionsvereinbarungen so ausgestaltet, dass der jeweilige Abfluss liquider Mittel die Finanzlage der Gesellschaft nicht wesentlich beeinflussen wird.

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 sind zum 1. Januar 2015 ausgelaufen. Sie standen in keinem Sicherungszusammenhang.

Kategorie	Art	Umfang TEUR	Zeitwert inkl.	Buchwert Bilanzposition
			Zinsabgrenzung TEUR	
				TEUR 878 sonstige Verbindlichkeiten
zinsbezogen	Swap	40.000	TEUR -878	TEUR 0 sonstige Rückstellungen

4. Außerbilanzielle Geschäfte

Die Gesellschaft hatte im Vorjahr betriebliche Funktionen an eine Konzerngesellschaft ausgelagert, die diese Funktionen im Rahmen eines Shared Service Centers für einen wesentlichen Teil der Ströer Konzerngesellschaften übernommen hat. Der Zweck des Geschäfts lag in einer Hebung von Synergieeffekten durch die Zentralisierung und Standardisierung von Prozessabläufen, die zu quantitativen und qualitativen Vorteilen führten. Im Geschäftsjahr 2014 wurde dieses Shared Service Center in die SMH integriert. Somit sind in diesem Zusammenhang keine wesentlichen Aufwendungen mehr 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	331	171
Bezug von Dienstleistungen	5	2
Erbringen sonstiger Leistungen	1.709	11
Bezug sonstiger Leistungen	3	43
Käufe	0	10.705
Erhaltene Gewinnausschüttungen	4.500	0
Gewährung von Darlehen	8.030	0
Erhaltene Darlehen	0	3.990

Die sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen umfassen Unternehmen, die nicht zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der SMH einbezogen werden, und Gesellschaften, an denen Personen mit einer SMH-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 1.709). Wir verweisen in diesem Zusammenhang auch auf unsere Erläuterungen unter C.1.b). Des Weiteren hat sie Zinserträge aus der Erbringung sonstiger Leistungen an die Media Ventures GmbH, Köln, in Höhe von TEUR 10 erzielt. An der Media Ventures GmbH sind Herr Dirk Ströer und Herr Udo Müller beteiligt. Wir verweisen auch auf unsere Ausführungen unter E.2.a) im Zusammenhang mit dem Hinterlegungsbetrag zur Besicherung eines Darlehens der Media Ventures.

Zur Begleichung der Kaufpreisverbindlichkeit aus vertraglich vereinbarten Preisanpassungsklauseln (Earn-Out-Vereinbarungen) erfolgte die Zahlung (TEUR 10.704) an die Media Ventures GmbH, Köln zu zwei Terminen. Des Weiteren ist der Erwerb weiterer Anteile an der blowUP Media Espana S.A., Madrid/Spanien, in Höhe von TEUR 2 von zwei Vorstandsmitgliedern enthalten.

Die Gewinnausschüttung an die SMH erfolgte durch die blowUP Media GmbH, Köln, gemäß Gesellschafterbeschluss vom 23. Juni 2014.

Lang- und kurzfristige Darlehen wurden diversen Tochterunternehmen gewährt, vorrangig GIGA Digital AG, Berlin (TEUR 2.300), Ballroom Holding (TEUR 1.760) sowie Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei (TEUR 3.350).

Des Weiteren hat die SMH von einem nahestehenden Unternehmen ein kurzfristiges Darlehen in Höhe von TEUR 3.990 erhalten.

Hinsichtlich der weiteren 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
Vorstand		
Udo Müller (Vorsitzender)	TARTECH eco industries AG, Berlin	Kölner Ausswerbung GmbH, Köln
Alfried Bührdel (Stellvertretender Vorsitzender) (bis 21. Februar 2014)		ECE flatmedia GmbH, Hamburg Sparkasse KölnBonn, Köln Stiftung Deutsche Sporthilfe, Frankfurt am Main Kölner Aussenwerbung GmbH, Köln DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld
Christian Schmalzl		
Dr. Bernd Metzner (seit 15. Juni 2014)		Anavex Life Sciences Corp., New York (USA)
Aufsichtsrat		
Prof. Dr. h. c. Dieter Stolte Publizist, ZDF Intendant a.D. (Vorsitzender) (bis 18. Juni 2014)		
Dieter Keller Wirtschaftsprüfer und Steuerberater (Stellvertretender Vorsitzender) (bis 15. Oktober 2014)		

Christoph Vilanek Vorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (Vorsitzender seit 18. Juni 2014)	Netzpiloten AG, Hamburg mobilcom-debitel GmbH, Büdelsdorf
Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln (stellvertretender Vorsitzender seit 18. Juni 2014)	
Ulrich Voigt Mitglied des Vorstands der Sparkasse KölnBonn	Vebowag AG, Bonn
Martin Diederichs Rechtsanwalt (bis 15. Oktober 2014)	DSD Steel Group GmbH, Saarlouis

Die Herren Müller, Bührdel, Dr. Metzner und Schmalzl übten ihre Vorstandstätigkeit hauptberuflich aus. Herr Bührdel hat sein Amt als Vorstandsmitglied am 21. Februar 2014 niedergelegt.

Die Leistungen aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats des Ströer Konzerns (ohne aktienbasierte Vergütung) für die Jahre 2014 und 2013 betragen:

	2014	2013
	TEUR	TEUR
Vorstand		
Kurzfristig fällige Leistungen	3.161	3.874
Andere langfristig fällige Leistungen	1.082	1.119
	4.243	4.993
Aufsichtsrat		
Kurzfristig fällige Leistungen	200	200
	200	200

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile – ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile –, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Für die dem Vorstand gewährte aktienbasier-

te Vergütung (ohne Aktienoptionsprogramm) wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer SE 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 (sog. Vergütung mit Barausgleich bzw. „cash-settled“). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert zu jedem Stichtag die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black Scholes Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2014 eine Volatilität von 36-42 Prozent und eine Dividend-Yield von 1,5 Prozent eingeflossen sind. Die für das Modell verwendeten Zinssätze betragen zwischen 0,1-0,8 Prozent.

Für die auf das Jahr 2014 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 200 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2014 gewährten 16.963 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von EUR 23,62.

Von allen langfristig fälligen Leistungen (sogenannte LTI) werden TEUR 638 in 2015 zur Auszahlung fällig.

Aktienoptionsprogramm:

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms hat der Vorstand insgesamt 1.954.700 Optionen gewährt bekommen.

Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren. Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an ein operatives Mindest-EBITDA im Konzern von EUR 150 Mio. geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Aktienoptionen wird zum Zeitpunkt der Gewährung unter Anwendung eines Black Scholes Modells und unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die Aktienoptionen gewährt wurden, ermittelt.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der während des Geschäftsjahres gewährten Optionen beträgt EUR 3,61 (Vj.: EUR 1,41). Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert aller im Rahmen des „Aktionsoptionsprogramms 2013“ gewährten Optionen beträgt EUR 1,99 (Vj.: EUR 1,41). Im Geschäftsjahr 2014 ist an ein ehemaliges Vorstandsmitglied eine Abfindung in Höhe von TEUR 400 ausgezahlt worden.

Zum 31. Dezember 2014 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 4.397 (Vj.: TEUR 3.330) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 1.255 (Vj.: TEUR 874) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

8. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2014 wurden im Durchschnitt 242 (Vj.: 158) Angestellte 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 31.12.2014 vH	Eigenkapital am 31.12.2014 TEUR	Jahres- ergebnis 2014 TEUR
Direkte Beteiligungen			
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100,00	121.245	*46.932
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul, Türkei	90,00	79.198	-936
Ströer Polska Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	19.065	-2.468
blowUP Media GmbH, Köln	90,00	1.624	-889
Ballroom International GmbH, Glonn (vormals Ballroom International CEE Holding GmbH, Glonn)**	74,71	11.052	-446
Ströer Digital Group GmbH, Köln	100,00	84.587	*-980
Ströer Venture GmbH, Köln	100,00	-282	-307
Indirekte Beteiligungen			
adscale GmbH, München	97,09	9.536	1.232
Adscale Laboratories Ltd., Christchurch, Neuseeland	100,00	417	135
ADselect GmbH, Duisburg**	50,10	255	16
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50,00	35	65
BB Elements Sp. z.o.o., Warschau, Polen	65,00	33	5
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen, Belgien	50,00	374	274
blowUP Media Belgium N.V., Antwerpen, Belgien	100,00	-133	103
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00	-210	371
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	100,00	-1.112	-36
blowUP Media U.K. Ltd., London, Großbritannien	100,00	2.793	2.175
Business Advertising GmbH, Düsseldorf	50,40	919	479
City Design Gesellschaft für Außenwerbung mbH, Köln	100,00	36.773	*7.595
Click Motion Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	6	-18
CulturePlak Marketing GmbH, Berlin	100,00	31	*20
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100,00	50	*1.957
Digital Partners Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	90,00	361	340
DSMDecaux GmbH, München	50,00	9.374	7.815
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100,00	12.611	*13.721
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51,00	1.602	132
DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main	100,00	1.453	*473
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	75,10	26	1.165
Evolution Media Net Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	-1.575	-1.613
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg	100,00	-154	413
GAN Ströer GmbH, Hamburg (vormals GAN Support GmbH, Hamburg)	70,00	0	-242

	Anteile am Kapital 31.12.2014 vH	Eigenkapital am 31.12.2014 TEUR	Jahresergebnis 2014 TEUR
GAN Technologies UG, Hamburg	70,00	57	67
GIGA Digital AG, Berlin	90,20	1.735	1.580
GIGA fixoo GmbH, Berlin	75,00	75	50
GIGA Kino GmbH, Köln	100,00	25	*34
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,10	1.875	496
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	96,00	35	7
iBillBoard Poland Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	44	43
INFOSCREEN GmbH, Köln	100,00	8.227	*17.276
Instytut Badań Outdooru IBO SP. z o.o., Warschau, Polen	40,00	9	-118
Internet Billboard a.s., Ostrau, Tschechien	50,50	983	310
INTREN Informatikai Tanacsado es Szolgaltato Kft., Budapest, Ungarn	50,89	221	144
Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln	51,00	3.944	3.191
Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri Anonim Sti., Istanbul, Türkei	50,00	156	-1
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen, Hamburg	51,00	562	487
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	100,00	139	-183
MBR Targeting GmbH, Berlin	79,07	-2.073	-1.531
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GmbH - GbR, Köln	50,00	76	76
NEODAU GmbH & Co. KG, Hamburg	100,00	-88	84
NEODAU Verwaltungs GmbH; Hamburg	100,00	9	0
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	80,00	212	139
OnlineFussballManager GmbH, Köln	50,10	352	232
Pacemaker AOS GmbH, Köln	80,00	-233	-199
PRIME Networks GmbH, Köln	100,00	-20	-45
RZV Digital Medya ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei (vormals: Vidyoda ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei)	100,00	-615	-1.035
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S., Istanbul, Türkei	100,00	1.238	59
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100,00	5.492	*21.333
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100,00	500	*-3.896
Ströer Digital Media GmbH, Hamburg	100,00	2.516	1.563
Ströer Entertainment Web GmbH, Köln	100,00	22	-3
Ströer KAW GmbH, Köln	100,00	24	-1
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100,00	180	*469
Ströer Media Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	178	1.501

	Anteile am Kapital 31.12.2014 vH	Eigenkapital am 31.12.2014 TEUR	Jahres- ergebnis 2014 TEUR
Ströer Media Sp. z o.o., Warschau, Polen	100,00	1	-2
Ströer Mobile Media GmbH, Köln	100,00	-22	*-793
Ströer Primetime GmbH, Köln	100,00	25	*571
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100,00	272	*7.590
TUBE ONE Networks GmbH, Hamburg	51,00	1.247	173
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50,00	789	101
Webguidez Entertainment GmbH, Berlin	90,00	601	7
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50,00	8.433	1.350

* Ergebnis vor Ergebnisabführung ** Eigenkapital und Jahresergebnis zum 31.12.2013

10. Konzernabschluss

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

11. Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Dirk Ströer hält 29,95 Prozent und Udo Müller 24,22 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Anhangs am 16. März 2015 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: Sambara Stiftung 5,73 Prozent, Allianz Global Investors Europe 5,13 Prozent und Credit Suisse 4,63 Prozent.

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

12. Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate-Governance-Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der SMH haben am 15. Dezember 2014 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG abgegeben und öffentlich auf der Internetseite der Gesellschaft (<http://ir.stroeer.de>) dauerhaft den Aktionären zugänglich gemacht.

13. 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 16. März 2015

Der Vorstand

Udo Müller

Christian Schmalzl

Dr. Bernd Metzner

Anlage 1 zum Anhang der Ströer Media SE, Köln

Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

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

Die UBS AG, Zürich, Schweiz hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 18.02.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 14.02.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 4,01% (das entspricht 1958829 Stimmrechten) betragen hat. 0,03% der Stimmrechte (das entspricht 16119 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die Deutsche Asset & Wealth Management Investment GmbH, Frankfurt, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 20.02.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 18.02.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0% (das entspricht 0 Stimmrechten) betragen hat.

Die UBS AG, Zürich, Schweiz hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 27.02.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 24.02.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,84% (das entspricht 1389224 Stimmrechten) betragen hat. 0,03% der Stimmrechte (das entspricht 16119 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die HMI Capital, LLC, San Francisco, USA hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 11.06.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 06.06.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,02% (das entspricht 1473542 Stimmrechten) betragen hat.

3,02% der Stimmrechte (das entspricht 1473542 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die HMI Capital, LLC, San Francisco, USA hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 07.07.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 07.07.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,95% (das entspricht 1443542 Stimmrechten) betragen hat.

2,95% der Stimmrechte (das entspricht 1443542 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die HMI Capital, LLC, San Francisco, USA hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 07.08.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 06.08.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,0047% (das entspricht 1468419 Stimmrechten) betragen hat.

3,0047% der Stimmrechte (das entspricht 1468419 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die HMI Capital LLC, San Francisco, Vereinigte Staaten von Amerika hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 13.11.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media SE, Köln, Deutschland am 12.11.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,86% (das entspricht 1397107 Stimmrechten) betragen hat.

0,81% der Stimmrechte (das entspricht 398063 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen. 2,04% der Stimmrechte (das entspricht 999044 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Die J O Hambro Capital Management Limited, London, Großbritannien hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 08.12.2014 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media SE, Köln, Deutschland am 03.12.2014 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,91% (das entspricht 1423931 Stimmrechten) be-

tragen hat.

2,91% der Stimmrechte (das entspricht 1423931 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

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

GRUNDLAGEN DES STRÖER KONZERNS

Geschäftsmodell

Die Ströer Media SE ist einer der führenden Anbieter der Vermarktung von Außen- und Online-Werbe-
flächen und bietet den werbungstreibenden Kunden individualisierte und integrierte Kommunika-
tionslösungen an. Das Portfolio von Branding und Performance-Produkten eröffnet den Kunden
neue Möglichkeiten der exakten Zielgruppenansprache und erhöht gleichzeitig die Relevanz der
Ströer Gruppe als Ansprechpartner für Mediaagenturen und Werbungtreibende.

Das Geschäftsmodell basiert auf dem Angebot von klassischen Medien der Außenwerbung (Out-
of-Home, OOH) und den in Bahnhöfen und Einkaufszentren installierten Bildschirmen des Pub-
lic Video (vormals: Digital Out-of-Home-Channel (DOOH)) sowie der Online-Display- und Video-
Vermarktung über das stationäre Internet und mobile Endgeräte und Tablets. Hierdurch können wir
den Werbungtreibenden eine Plattform für optimal ausgesteuerte Kampagnen anbieten, welche
große Reichweite mit einer genauen Ansteuerung der Zielgruppen verbinden.

Hervorzuheben sind die Entwicklungsabteilungen für Online- und Außenwerbung. Darüber hinaus
verfügt Ströer auf der Absatzseite über die notwendige Marktpräsenz, um national und regio-
nal tätigen Kunden eine flächendeckende Außenwerbung und auch Online-Produkte anbieten zu
können. Mit unseren europaweit rund 90 Büros unterhalten wir intensive Beziehungen zu unseren
Vertragspartnern und bieten unseren Werbekunden gleichzeitig eine Vielzahl verschiedener Kom-
munikationsmöglichkeiten an. Die Verkaufsorganisationen in den jeweiligen Ländern steuern die
von Zielgruppenanalysen und Marktforschungen begleiteten Vertriebs- und Marketingaktivitäten
und bedienen regionale wie nationale Werbungtreibende, Mediaagenturen und Spezialmittler.

→ Nähere Informationen über die
Entwicklungsabteilung finden Sie
auf Seite 25

Die Ströer Gruppe nutzt positive Skaleneffekte auf der Kostenseite, die unter anderem bei Finanzen,
Einkauf, Entwicklung, Informationstechnologie, Rechtsberatung und Personalwesen zur Geltung
kommen, ebenso wie Synergien, die sich aus dem Zusammenwirken der einzelnen Segmente und
Gesellschaften ergeben. Ein Beispiel hierfür ist die segmentübergreifende Bündelung der Bewegtbild-
Werbung in der Ströer Primetime.

Segmente und Organisationsstruktur

Die Ströer Gruppe hat ihr Geschäft in vier Segmenten gebündelt, die in enger Abstimmung mit
der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer Media SE operativ eigenständig am Markt tätig sind. Diese
Abstimmung bezieht sich insbesondere auf die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamt-
steuerung des Konzerns. Hierdurch ist ein gezielter Know-how-Transfer zwischen den einzelnen
Segmenten möglich.

→ Nähere Informationen zur
Strategie und zur unternehmens-
internen Steuerung finden Sie auf
Seite 24

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

Unsere Reporting-Segmente bestehen aus dem Segment Ströer Deutschland, dem Segment
Ströer Türkei sowie dem Segment Sonstige, welches das Geschäft in Polen und das Riesenposter-
geschäft BlowUP umfasst. Zusätzlich enthält das Segment Ströer Digital sämtliche Aktivitäten der
Online-/Mobile-Display- und Video-Vermarktung einschließlich der hierfür erforderlichen Techno-
logieplattformen.

Außenwerbe­geschäft

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 Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung. Unser Produktportfolio in der Außenwerbung erstreckt sich auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien (Billboard) über die Werbung auf Wartehallen (Street Furniture) und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten.

Das Portfolio besteht derzeit aus etwa 290.000 vermarkt­baren 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.

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 Digital 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 vermarkt­baren 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 vermarkt­baren Werbeflächen in zirka 20 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb den größten Marktanteil.

Segment Sonstige

Das Segment Sonstige besteht aus den Teilsegmenten Ströer Polen und BlowUP Media.

Das Teilsegment Ströer Polen wird durch die Ströer Polska Sp. z o.o. geführt. In Polen hat Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Marktführerschaft inne. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 14.000 vermarkt­baren Werbeflächen in zirka 130 Städten und Gemeinden vertreten und in allen Produktgruppen des Konzerns tätig.

Das Teilsegment BlowUP Media ist ein führender westeuropäischer Anbieter von Riesenpostern mit Größen bis über 1.000 Quadratmeter, die auf Gebäudefassaden platziert werden. Die Gesellschaft vermarktet aktuell mehr als 150, 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 Außenwerbe­geschäft andere Herausforderungen an das Portfoliomanagement. BlowUP Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent.

Digital-Geschäft

Segment Ströer Digital

Im Segment Ströer Digital (vormals: Segment Online) bietet die Ströer Gruppe digitale Werbeflächen im Internet und auf mobilen Endgeräten an. In das Segment fallen insbesondere die drei Zwischenholdinggesellschaften Ströer Digital Group GmbH, Ströer Venture GmbH und die Ballroom International GmbH mit ihren jeweiligen Tochtergesellschaften. Die Ströer Digital Group nimmt mit ihren verschiedenen Tochtergesellschaften eine starke Position im Bereich der Werbewermarktung in Deutschland ein und deckt die komplette Wertschöpfungskette der digitalen Vermarktung ab: von klassischer Online-Bannerwerbung über Sonderwerbeformate und individuelle Werbeintegrationen bis hin zu Video und Mobile Advertising. Durch das umfangreiche Angebot unterschiedlicher Werbeformate, das umfassende Portfolio attraktiver Werbeumfelder und die ausgefeilten technologischen Lösungen kann die Ströer Digital Group sowohl die Nachfrage nach Branding-(Image-Kampagnen) als auch nach Performance-Kampagnen (transaktionsorientierte Lösungen) bedienen. Die Ballroom International Group bietet vergleichbare Kommunikationslösungen mit besonderem Fokus auf unsere ausländischen Kernmärkte Türkei und Polen.

Technologieplattform

Die Technologieplattform wird weitestgehend über die Tochtergesellschaften adscale GmbH in München und die MBR Targeting GmbH in Berlin zur Verfügung gestellt.

adscale ist einer der größten Marktplätze für digitale Werbung in Deutschland. Werbungtreibenden und Webseiteninhabern bietet adscale einen transparenten und reichweitenstarken Handelsplatz für digitale Werbeflächen. Das Unternehmen arbeitet mit namhaften Vermarktern und allen großen Mediaagenturen sowie mit Direktkunden und Drittanbietern zusammen. Über verschiedene Optimierungstechnologien wie z.B. Targeting und Real Time Bidding können Kampagnen auf adscale effizient gesteuert werden. Auf adscale können Werbungtreibende für ihre Kampagnen aus einem Portfolio von über 5.000 Webseiten ihre Zielgruppen herausfiltern. Monatlich werden rund 41 Millionen Unique Visitors erreicht und rund zehn Milliarden Ad Impressions erzielt (Stand Ende 2014). adscale erreicht mit seinem breit gefächerten Portfolio von rund 5.000 Webseiten mehr als drei Viertel aller deutschen Internetnutzer.¹⁾

Die MBR verfügt über proprietäre Technologien für die exakte Identifizierung von Online-Zielgruppen, die Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen sowie die Generierung von Neukunden im digitalen Bereich. Über den Consumer-Action-Mining(CAM)-Algorithmus können anonymisierte Daten zum Surfverhalten der Nutzer gesammelt und in Echtzeit für die Zuordnung von Produkten zu Konsumenten genutzt werden.

Display-, Video- und Mobilvermarktung

Mit seinem Portfolio aus fast 400 Webseiten und einer Reichweite von zirka 37 Millionen Unique Usern²⁾ nimmt Ströer Digital Media Platz 1 im Vermarkter-Ranking der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ein und zählt damit zu den bedeutendsten Online-Vermarktern im deutschen Werbemarkt.³⁾

Ströer Primetime bündelt die Bewegtbild-Werbung auf Personal Screens (Smartphone und Tablet), Home Screens (PC) und Public Screens (Public Videos). Der Exklusivvermarkter bietet das Multi-Screen-Angebot aus einer Hand an – von der cross-medialen Planung über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle.

¹⁾ Quelle: comScore, Dezember 2014

²⁾ pro Monat

³⁾ Quelle: AGOF internet facts, November 2014

Ströer Mobile Media ist ein Anbieter von mobiler Werbung (Location-based-Advertising). Das orts-basierte Werbenetzwerk ist auf lokal und hyperlokal ausgesteuerte Online-Werbung auf mobilen Endgeräten spezialisiert.

Ströer Venture GmbH ist das im Berichtsjahr neu gegründete Unternehmen der Ströer Media SE und beschäftigt sich mit der Weiterentwicklung unserer digitalen Assets in unserem Portfolio. Sitz der Gesellschaft ist Köln.

Internationale Online-Vermarktung

Die Ballroom Gruppe ist eines der größten Vermarktungsnetzwerke für Online-Werbung mit Fokus auf die südosteuropäischen Märkte, dessen Portfolio sich von Ad exchange über Video- und Display-Werbung bis hin zu Performance-Marketing erstreckt. Hierfür verwendet Ballroom proprietäre Technologien, von Real Time Bidding über Ad-Server- und Video-Lösungen bis hin zu Targeting-Bausteinen.

Beteiligungen und Standorte

Die nachfolgende Übersicht zum 31. Dezember 2014 stellt vereinfacht die wesentliche Beteiligungsstruktur sowie deren Zuordnung zu den Kernmärkten dar.

Ströer Media SE							
	100 %	90 %	100 %	90 %	100 %	75 %	100 %
Führungsgesellschaft	Ströer Media Deutschland GmbH	Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S.	Ströer Polska Sp. z.o.o.	BlowUP Media GmbH	Ströer Digital Group GmbH	Ballroom International GmbH	Ströer Venture GmbH
Geografische Aktivität	Deutschland	Türkei	Polen	Deutschland/GB/Belgien/Spanien/Niederlande	Deutschland	Deutschland/Ungarn, Türkei/Polen/Tschechien	Deutschland
Beteiligungsgesellschaften¹⁾	17	1	2	5	13	11	8
Segmentumsatz 2014	465 Mio. EUR	86 Mio. EUR	62 Mio. EUR		123 Mio. EUR		
Segment	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige		Ströer Digital		

¹⁾ Anzahl der vollkonsolidierten Gesellschaften

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand der Ströer SE besteht zum 31. Dezember 2014 aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Udo Müller (CEO), Christian Schmalzl (COO) und der seit 15. Juni 2014 zum Vorstand bestellte CFO Dr. Bernd Metzner an. Er ist der Nachfolger von Alfried Bührdel, der am 21. Februar 2014 als Vorstandsmitglied ausgeschieden ist. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	Oktober 2019	Vorstandsvorsitzender Strategie
Dr. Bernd Metzner	Juni 2014	Juni 2017	Finanzvorstand Konzern-Financen und Steuern Konzern-Personalwesen Konzern-IT Konzern-Recht Konzern-M&A/ Corporate Finance Konzern-Revision Konzern-Investor-Relations
Christian Schmalzl	November 2012	Oktober 2019	Leitung und Steuerung der Landes- und Digitalgesellschaften Konzern-Business Development Konzern- Unternehmenskommunikation

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

Der Aufsichtsrat besteht aktuell aus drei Mitgliedern, Herrn Christoph Vilanek, Herrn Dirk Ströer sowie Herrn Ulrich Voigt. Der Aufsichtsrat der Ströer Media AG hat in seiner Sitzung am 18. Juni 2014 Christoph Vilanek mit sofortiger Wirkung zum neuen Vorsitzenden gewählt. Er löst Prof. Dr. h. c. Dieter Stolte ab, dessen Mandat mit der abgelaufenen Periode endete und auf persönlichen Wunsch nicht verlängert wurde. 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 § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält. Daneben geben Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage der Ströer SE (<http://ir.stroer.de>) veröffentlicht.

Märkte und Einflussfaktoren

Mit ihrem Geschäftsmodell agiert die Ströer Gruppe auf den Märkten für Außenwerbung sowie der Online- und Mobil-Vermarktung. Die wirtschaftliche Lage wird naturgemäß durch die bearbeiteten Werbemärkte beeinflusst, die ihrerseits stark auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, das Verhalten von Konsumenten, Werbungtreibenden und Mediaagenturen reagieren. Spezieller Einflussfaktor für die Außenwerbung sind die Rahmenbedingungen hinsichtlich der durch Kommunen eingeräumten Werberechtskonzessionen.

Kunden buchen ihre Aufträge in der Außenwerbebranche teilweise mit einer Vorlaufzeit von nicht viel mehr als acht Wochen. Dies unterstreicht den Trend zu immer kürzeren Vorausbuchungsfristen. Die saisonalen Schwankungen im Auftragsbestand verlaufen analog zur Entwicklung des übrigen Medienmarktes. Schwerpunkte der Außenwerbeaktivitäten liegen 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 sind die

Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung noch einmal kürzer. 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, Real Time 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. Sollte es 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.

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

Insgesamt ist die Ströer Gruppe mit ihrem integrierten Portfolio sehr gut positioniert, um von den mittel- bis langfristigen Markttrends zu profitieren. Erwartungsgemäß wird sich der Markt immer unmittelbarer am Mediennutzer und dessen Nutzungsverhalten orientieren, welches stärker auf den Medienkonsum über mobile Endgeräte im privaten, beruflichen und öffentlichen Umfeld ausgerichtet ist. Hierdurch verschwimmen die Grenzen zwischen den einzelnen Content-Kanälen, sodass die zentral gesteuerte Online-Vermarktung in den Vordergrund rückt. Dabei gewinnen zugleich Performance-Produkte an Bedeutung, zumal sich Zielgruppen durch die Analyse großer Datenmengen und Targeting-Technologien immer exakter ansteuern lassen. Ein überproportionales Wachstum im Online-Werbemarkt wird für das Bewegtbild- und Mobile-Angebot erwartet. Zugleich besteht ein erhebliches Potenzial für regionale Online-Werbekampagnen. Die Außenwerbung wird ebenfalls von der digitalen Weiterentwicklung beeinflusst, wird jedoch als einziges Medium ihre physische Präsenz behalten.

Strategie und Steuerung

Wertorientierte Strategie

Mit der Erweiterung des Geschäftsmodells und dem Aufbau des Online-Portfolios hat sich auch die wachstums- und wertorientierte Strategie der Ströer Gruppe maßgeblich weiterentwickelt. Als einer der ersten vollintegrierten digitalen Vermarkter haben wir unsere Strategie darauf ausgerichtet, Erlös- und Ertragspotenziale aus der Verzahnung von klassischer und digitaler Außenwerbung mit der Online-Display-Vermarktung zu kombinieren.

Klassische Außenwerbekampagnen, die vorrangig auf die Erhöhung der Markenbekanntheit (Branding) ausgerichtet sind, werden gezielt durch attraktive und innovative Produkte und Lösungen des Performance-Marketings erweitert. Durch die Verzahnung des schnellen Reichweitenaufbaus von Out-of-Home mit der exakten Aussteuerbarkeit von Online kann die Ströer Gruppe verstärkt individuelle Kommunikationslösungen für nahezu alle Kundenanforderungen anbieten.

Neues Multi-Screen-Angebot

Das besondere Wachstumspotenzial unserer Multi-Screen-Produkte resultiert aus der zunehmenden Mediennutzung über verschiedene Bildschirme hinweg, sowohl im öffentlichen und beruflichen als auch im privaten Umfeld. Werbungtreibende setzen daher im Rahmen ihrer Kampagnenplanung verstärkt auf die Kombination der unterschiedlichen Screens, um eine möglichst synchronisierte Ansprache und maximale Reichweite der Zielgruppen zu erreichen.

Kern des Multi-Screen-Angebots ist die Verzahnung von Public Video und Online-/Mobile-Video. Die Ströer Gruppe hat eine neue Art eines Medienkanals als Komplementärmedium zum klassischen Bewegtbild in TV und Online entwickelt. Wir sprechen deshalb nicht mehr von digitalem OOH, sondern von Public Video – also Bewegtbild im öffentlichen Raum. So sprechen Online und Public Video gerade die jungen und mobilen Zielgruppen an, die auf Bewegtbild positiv reagieren und die lineares Fernsehen immer weniger erreicht.

Ziel ist, den Anteil der Multi-Screen-Produkte an den Gesamterlösen in den nächsten Jahren deutlich zu steigern und in diesem Zusammenhang auch einen größeren Teil der Erlöse aus der Außenwerbung über Public und Online Video zu erzielen. Wesentlicher Wachstumshebel ist dabei Ströer Primetime, die als Exklusivvermarkter des Multi-Screen-Portfolios seit September 2013 die Bewegtbild-Werbung auf Personal Screens (Smartphone und Tablet), Home Screens (PC) und Public Screens bündelt. Die Medien OC Mall und OC Station werden jetzt unter Station Video und Mall Video vermarktet. Gemeinsam mit dem Infoscreen und dem Adwalk bilden Sie das Public-Video-Netzwerk der Ströer Gruppe. So erhalten die Kunden alle wesentlichen Leistungen für ihre Bewegtbild-Kampagnen aus einer Hand – von der cross-medialen Planung über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle.

Die gruppenweite Vermarktung der Multi-Screen-Kampagnen ist im Berichtsjahr durch eine Ad-Server-Lösung erleichtert worden, die als Multi-Screen-Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglicht. Um die Reichweiten vergleichbar zu machen, hat Ströer unter Zuhilfenahme des Media Efficiency Panels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) die über Außenwerbung erzielbaren Video Views in Ad Impressions umgerechnet. Über Online Video und Public Video erzielt Ströer pro Monat bis zu 3 Milliarden Video Ad Impressions.¹⁾ Zurzeit umfasst unser digitales Außenwerbepportfolio zirka 3.000 Screens an den am höchsten frequentierten Standorten im öffentlichen Raum.

¹⁾ GfK (Gesellschaft für Konsumforschung)

Die medienübergreifende Kombination soll einen Nutzen sowohl für Werbungtreibende als auch für Publisher schaffen: Denn die zusätzlichen digitalen Bewegtbild-Flächen erschließen neue Zielgruppen und steigern die Gesamtreichweite.

Steigerung lokaler und regionaler Werbeerlöse

Werbung im lokalen oder regionalen Umfeld verteilt sich in Deutschland größtenteils auf Anzeigenblätter und Tageszeitungen. Aus der Verlagerung von Werbebudgets von lokalen Print- zu lokalen Online-Angeboten folgt auch hier erhebliches Wachstumspotenzial. Insbesondere aufgrund der relativ kleinen Marketingbudgets, die im lokalen Umfeld auf die einzelnen, zumeist mittelständischen Werbungtreibenden entfallen, besteht überdies ein hoher Bedarf an standardisierten Lösungen.

Beim Aufbau der lokalen Online-Werbung kann die Ströer Gruppe auf ihrer breiten Kundenbasis und der Vertriebsstärke aus den klassischen Out-of-Home-Aktivitäten aufsetzen. Neben unserer bestehenden starken regionalen Präsenz mit deutschlandweit rund 40 Büros planen wir zur Stärkung unseres regionalen Vertriebs neben strukturellen Verbesserungen die Einstellung von Vertriebsmitarbeitern (sog. Hunter) zur Akquise neuer Kunden sowie den weiteren Ausbau der selbstständigen Handelsvertreterorganisation.

Im Berichtsjahr haben wir bereits erfolgreich unseren Umsatz auf der regionalen Ebene ausgebaut. Ergänzend haben wir unsere regionale Salesforce seit 2013 mit über 100 Außendienstmitarbeitern weiter verstärkt.

Durch die weitgehende Ausschöpfung des strukturellen Wachstumspotenzials sollen die Nettowerbeerlöse aus lokaler und regionaler Werbung überproportional ansteigen und mittelfristig mindestens die Hälfte unseres deutschen OOH-Umsatzes ausmachen.

Innovative Produktentwicklung sichert Technologieposition

Die Ströer Gruppe versteht sich als ein Innovationstreiber im Bereich der digitalen Außenwerbung und der Online-Vermarktung.

Gezielte Investitionen in innovative Premiumformate, Marktforschung und Reichweitenmessung sichern eine hervorgehobene Technologieposition der Ströer Gruppe auch in der Außenwerbung ab. Schwerpunkt ist die Entwicklung besonders leistungsfähiger, funktionaler und wartungsfreundlicher Lösungen, die durch ein zeitgemäßes Design überzeugen.

Die Aktivitäten waren im Jahr 2014 wesentlich durch konsequente Weiterführung der Modularisierung und Standardisierung des Produktportfolios zur Steigerung der Produktqualität geprägt. Daneben waren die Optimierung der Beleuchtungs-/Hinterleuchtungssysteme der Werbeträger und der hiermit verbundenen Reduzierung des Energieverbrauchs im Bereich bestehender Produktreihen Schwerpunkte der Produktentwicklung. Im Rahmen eines Pilotprojekts hat die Ströer Gruppe in Frankfurt am Main bereits rund 2.900 Werbeträger auf LED-Betrieb umgerüstet.

Entscheidend für die Attraktivität von Public Video für die Werbe- und Mediaagenturen ist die zeitliche Synchronisierung der Screens, wodurch eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung und die visuelle Dominanz der werblichen Videobotschaft sichergestellt sind. Die Weiterentwicklung wird auch LED-Videoboards beinhalten, die dann im Outdoorbereich eingesetzt werden können. Im Jahr 2014 wurden bereits doppelseitige LED-Anlagen projektiert und getestet, die in den kommenden Jahren im Markt eingeführt werden sollen. Aktuell wird auch noch eine Kombination aus digitaler Anzeigefläche und analogem Posterwechsler projektiert. Weitere digitale Produkte sind für 2015 in der Planung.

Zusätzlich haben wir zum ersten Mal in diesem Jahr das iBeacon-Testfeld (Düsseldorf) in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn errichtet und lassen somit unsere Werbeträger komplett interaktiv werden. Durch den Einsatz der auf Bluetooth Low Energy basierenden Technik lässt sich die analoge mit der digitalen Welt verbinden. Insbesondere Handelskunden könnten von der Entwicklung profitieren, weil sich über die iBeacon-Technologie die Mechaniken des E-Commerce in den stationären Handel integrieren lassen. Zeitlich und örtlich pointierte Zusatzinformationen zu Produkten, Werbeaktionen oder Coupons sprechen auf diese Weise den Konsumenten unmittelbar an und können ihn zum Point of Sale (POS) lenken.

Validierte und akzeptierte Reichweitenmessungen sowie die in zahlreichen Studien belegte Wirkung von Out-of-Home-Medien nahe am POS machen Ströer zu einem Partner erster Wahl für die werbungstreibende 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 Polen haben wir im Berichtsjahr Reichweitenmessungssysteme eingeführt, welche mit dem international anerkannten Reichweitenmesssystem POSTAR vergleichbar sind.

Die Digital-Strategie basiert auf der fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance-Ansätze ebenso ermöglicht wie die Direktvermarktung. Erfolgsentscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle Management großer Datenmengen. Hierdurch ist die reibungslose Verzahnung von Branding- und Performance-Marketing im Rahmen der Multi-Screen-Strategie möglich.

Ströer baut mit Entwicklern in Neuseeland, Deutschland und der Tschechischen Republik seinen führenden Marktplatz für digitale Werbung, insbesondere in den Bereichen Real Time Bidding und Targeting, aus. So wurde eine Demand-Side-Plattform (DSP) entwickelt, die es Werbungstreibenden erlaubt, Werbeflächen anderer Anbieter automatisiert einzukaufen. Mit Einführung der DSP ist Ströer nun in der Lage, nahezu den gesamten deutschen Markt für Online-Display-Werbung abzubilden.

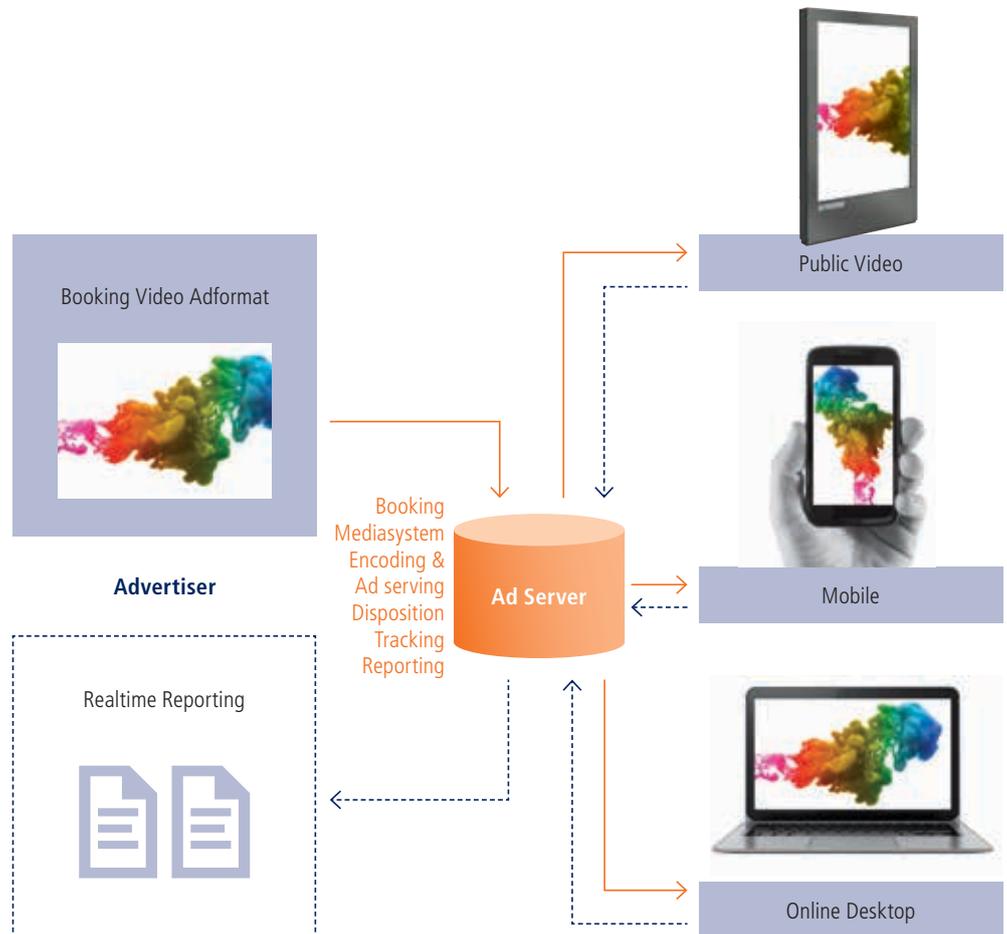
Durch die verbesserten Targeting-Mechanismen unterstützt unsere SSP (Supply-Side-Plattform) adscale Kunden bei der Optimierung ihrer Werbekampagnen. Die neuen Targeting-Algorithmen ermöglichen es unter anderem, potenzielle Neukunden im Internet zu identifizieren (Neukunden-Prediction) und anschließend mit einer Kampagne gezielt anzusprechen. Auch das Retargeting von Bestandskunden erfolgt präziser. Im Endeffekt können Werbekunden gezielt über Programmatic Buying (programmatischer Einkauf von Werbeflächen) genau diejenigen Ad Impressions einkaufen, die für das jeweilige Produkt die Kaufwahrscheinlichkeiten in den jeweiligen Zielgruppen erhöhen.

Die Technologieposition hinsichtlich der exakten Identifizierung von Online-Zielgruppen wurde im Berichtszeitraum kontinuierlich verbessert. Der benutzerzentrierte Consumer-Action-Mining(CAM)-Algorithmus von MBR ermöglicht die Verarbeitung großer Datenmengen in Echtzeit und ist weniger fehleranfällig, deutlich dynamischer und effizienter als vergleichbare Targeting-Technologien. Damit kann Ströer die wachsenden Performance-Anforderungen der Kunden erfüllen und das Inventar der Publisher noch besser kapitalisieren.

Mit unseren auf Performance ausgerichteten Produkten bilden wir die gesamte digitale Wertschöpfungskette vom Ad Server über Demand- und Supply-Side-Plattform, Real Time Bidding und Ad exchanges bis hin zu Targeting mit proprietärer Technologie ab.

Die Produktentwicklung im Segment Digital umfasste per Ende 2014 rund 100 Mitarbeiter. Hinzu kamen 44 Mitarbeiter im unternehmenseigenen Bereich Produktentwicklung Außenwerbung.

Einführung Multiscreen Ad Server



Selektiver Aufbau von digitalen Assets bei Ströer Venture

Zur Vervollständigung unseres Portfolios werden wir in Zukunft einzelne attraktive Publisher vollständig in unser Portfolio aufnehmen.

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat die Ströer Media SE ihr Portfolio bereits in kleinem Maße um einzelne attraktive Publisher wie z. B. die GIGA Digital AG erweitert. Die GIGA Digital AG bündelt die Themenwelten GIGA APPLE, GIGA ANDROID, GIGA GAMES, GIGA SOFTWARE und GIGA FILM und ist ein digitales Medienhaus mit den inhaltlichen Schwerpunkten Technik Games und Entertainment.

Außerdem gehören auch „kino.de“ sowie OnlineFussballManager zu unserem Portfolio. „kino.de“ ist mit Informationen rund um das laufende Kinoprogramm eine der beliebtesten Webseiten in Deutschland. OnlineFussballManager ist eines der größten kostenlosen Browsergames in Deutschland.

Auch im Online-Videobereich möchten wir unsere Marktposition weiter ausbauen. Bewegtbild-Inhalte im Internet machen zunehmend dem Fernsehen Konkurrenz. Sie erfreuen sich nicht nur bei der jüngeren Zielgruppe großer Beliebtheit. Im letzten Jahr haben wir eines des größten Video-Vermarktungsnetzwerke in Deutschland übernommen. Der Vermarkter Tube One erreicht zirka 400 Millionen Video Views im Monat auf Social-Media-Plattformen wie YouTube und Facebook¹⁾. Die YouTube-Kanäle von Stars wie Simon Desue oder DieAussenseiter haben weit mehr als eine Million Abonnenten.

¹⁾ Eigene Erhebung

Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen im Sinne der 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 Management schlägt sich auch in der erfolgsorientierten Vergütung des Vorstandes nieder. Als Werttreiber verstehen wir die wesentlichen internen und externen Einflussfaktoren für die geschäftliche Entwicklung. Wichtige finanzielle Steuerungsgrößen für den Konzern sind die Umsatzerlöse, das Operational EBITDA, der Free Cash-Flow, ROCE (Return on Capital Employed) sowie die Nettoverschuldung und die daraus abgeleitete Verschuldungsquote.

Die Umsatzentwicklung ist einer der wesentlichen Indikatoren, an denen sich das Wachstum des gesamten Konzerns ablesen lässt. Sie ist zudem eine der wesentlichen Größen zur Steuerung der Segmente im Ströer Konzern. So werden den einzelnen Geschäftsbereichen im Rahmen der Budgetierung und Mittelfristplanung auf die jeweilige Ebene heruntergebrochene Zielumsätze vorgegeben und deren Einhaltung wird unterjährig laufend überwacht. Dabei wird sowohl das organische Wachstum (ohne Effekte aus Unternehmenszukaufen und Wechselkursveränderungen) als auch das nominale Umsatzwachstum betrachtet.

Das Operational EBITDA stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns bereinigt um Einmaleffekte in Aufwendungen und Erträgen dar. Wesentliche Einmaleffekte, die wir zur Ermittlung des Operational EBITDA eliminieren, resultieren vorwiegend aus Reorganisations- und Restrukturierungsmaßnahmen, Änderungen im Beteiligungsportfolio (u. a. aufgrund von M&A-Maßnahmen) sowie Kapitalstrukturmaßnahmen (u. a. 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 des Multiplikatorverfahrens vereinfachend zur Bestimmung des Unternehmenswerts herangezogen.

Der Free Cash-Flow errechnet sich aus der Differenz des laufenden Cash-Flows und Investitions-Cash-Flows und stellt somit die Ertragskraft unseres Unternehmens dar. Der Free Cash-Flow ist eine bedeutende Determinante für unsere Investitions-, Finanzierungs- und Dividendenpolitik.

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. Das ROCE errechnet sich aus dem Quotienten des bereinigten EBIT und Capital Employed. Anhand des ROCE verfügen wir über ein Instrumentarium, das eine wertorientierte Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche erlaubt. Ein positiver Wertbeitrag und damit eine Steigerung des Unternehmenswerts wird erreicht, wenn der ROCE den Kapitalkostensatz überschreitet.

Die Nettoverschuldung bzw. Nettoverschuldungsquote des Unternehmens ist ebenfalls eine wichtige Steuerungsgröße des Konzerns. Die Nettoverschuldungsquote wird gemessen am Verhältnis der Nettoverschuldung zum Operational EBITDA. Als nicht finanzielle Indikatoren berücksichtigen wir die zunehmende Digitalisierung unseres Geschäftsmodells, gemessen an anteiligen Umsätzen des digitalen Out-of-Home- und Online-Geschäfts an unserem Gesamtumsatz, ebenso wie bestimmte Kennzahlen zur Beschäftigungssituation, wie z. B. die Mitarbeiteranzahl auf Konzernebene.

→ Nähere Informationen zur Finanzierungsstrategie finden Sie auf Seite 41

WIRTSCHAFTSBERICHT

Wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2014

Die Weltkonjunktur zeigte sich im Berichtsjahr 2014 weniger dynamisch, als zu Beginn des Jahres angenommen. Im Jahresvergleich lag ausweislich des Forecasts aus dem World Economic Outlook des Internationalen Währungsfonds die globale Wachstumsrate mit 3,3 Prozent auf dem Wert des Vorjahres.¹⁾ In der Tendenz zeigte sich dabei die zweite Jahreshälfte aber insgesamt robuster. Dieser leicht positive Trend wurde insbesondere durch eine kräftige Entwicklung in den USA, aber auch durch ein Anziehen der Konjunktur im Jahresverlauf in den zuvor schwächelnden Schwellenländern, wie insbesondere China und Indien, getragen. Darüber hinaus dürfte sich der starke Rückgang des Ölpreises konjunkturbelebend ausgewirkt haben.²⁾ Die Eurozone konnte im Jahr 2014 wieder ein leichtes Wachstum von 0,8 Prozent vorweisen, nach zuvor zwei Jahren des Rückgangs. Die EU zeigte sich insgesamt mit 1,3 Prozent Wachstum dynamischer, was insbesondere auf eine lebhaftere Wirtschaftsentwicklung im Vereinigten Königreich zurückzuführen ist.

Auch die drei für uns wesentlichen Märkte Deutschland, Polen und Türkei entwickelten sich im Berichtsjahr insgesamt stabil, wobei allerdings anhaltende Makrounsicherheiten insbesondere in der Türkei belastend wirkten. Nach einer leichten Abkühlung im Jahresverlauf 2014 konnte der für uns wichtigste Markt Deutschland insgesamt ein leichtes Wachstum über dem Niveau der beiden Vorjahre verzeichnen. In Polen konnte das Bruttoinlandsprodukt nach einer Schwächephase im Vorjahr wieder auf seinen robusten Wachstumspfad zurückkehren. Zusammengefasst konnten die drei Kernmärkte erneut einen Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts (BIP) über dem europäischen Durchschnitt verbuchen. Nichtsdestotrotz haben sich die geopolitischen Unsicherheiten in der Ukraine sowie in Syrien und im Irak dämpfend auf das Werbeklima in unseren Kernmärkten ausgewirkt.

Deutschland

Nach einem kräftigen Jahresauftakt und einer sich anschließenden Schwächephase zur Jahresmitte hat sich die deutsche Wirtschaft im Jahresdurchschnitt 2014 insgesamt als stabil erwiesen: Nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamts lag das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) um +1,5 Prozent höher als im Vorjahr und verzeichnete damit ein Wachstum über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre (+1,2 Prozent).³⁾ Deutschland lag damit über dem europäischen Durchschnitt.

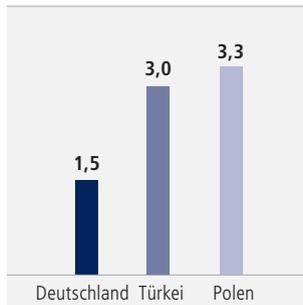
Gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamts konnte sich die deutsche Wirtschaft in einem schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld behaupten und vor allem von einer starken Binnennachfrage profitieren. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt um +1,1 Prozent, die der öffentlichen Hand um +1,0 Prozent.

Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte 2014 mit 42,7 Millionen das achte Jahr in Folge einen neuen Höchststand. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte nahm 2014 um 2,2 Prozent zu. Die in jeweiligen Preisen berechneten Konsumausgaben der privaten Haushalte stiegen mit +2,1 Prozent fast genauso stark. Die Sparquote der privaten Haushalte lag im Jahr 2014 nach ersten vorläufigen Berechnungen bei 9,2 Prozent und damit vor dem Hintergrund historisch niedriger Zinsen so niedrig wie zuletzt im Jahr 2000.

Die Preisentwicklung in Deutschland war im Jahr 2014 deutlich gedämpft. Zurückführen ließ sich das vor allem auf gesunkene Preise für Mineralölerzeugnisse. Darüber hinaus sind auch Preise für Energieprodukte wie Strom und Gas im bundesweiten Durchschnitt gesunken.

Konjunkturelle Entwicklung

Erwartete reale Veränderungen des Bruttoinlandsprodukts in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe (2014)
In %



Quelle: OECD Economic Outlook 96, November 2014

¹⁾ Quelle: World Economic Outlook Update, International Monetary Fund, Januar 2015; siehe auch Global Economic Perspectives, Weltbank, Januar 2015

²⁾ Quelle: Siehe z. B. Kieler Konjunkturberichte 2014/Q4, Institut für Weltwirtschaft, Dezember 2014

³⁾ Quelle: Bruttoinlandsprodukt 2014 für Deutschland, Statistisches Bundesamt, Januar 2015

Türkei

In der Türkei, der sechstgrößten Volkswirtschaft in Europa, hat die konjunkturelle Entwicklung im Berichtszeitraum an Dynamik verloren. Politische Maßnahmen zur Drosselung der Binnennachfrage angesichts des großen Leistungsbilanzdefizits, die gestiegene Volatilität der Kapitalmärkte und anhaltende politische Unsicherheiten haben sich belastend auf privaten Konsum und Investitionen niedergeschlagen. Schätzungen des IMF und der OECD zufolge lag das Wachstum des BIP 2014 bei rund 3,0 Prozent gegenüber 4,1 Prozent in 2013. Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich im Verlauf der ersten Jahreshälfte 2014 von 7,8 Prozent im Januar auf 9,7 Prozent im Mai beschleunigt und lag zum Jahresende bei 8,2 Prozent.

Polen

Die polnische Wirtschaft zeigte sich im Berichtszeitraum weiter auf Wachstumskurs und gegenüber dem Vorjahr wieder erstarkt. Während im Jahr 2013 lediglich ein Wachstum von 1,7 Prozent erzielt wurde (die niedrigste Wachstumsrate seit 2001), konnte sich die Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts im Jahr 2014 laut OECD-Angaben auf voraussichtlich 3,3 Prozent nahezu verdoppeln.¹⁾ Damit hat Polen erneut eine Spitzenposition innerhalb der EU einnehmen können. Ausschlaggebend für diese positive Entwicklung war die Binnennachfrage, die von einem stabilen Privatkonsum und überraschend robusten Investitionen (+9,1 Prozent) profitieren konnte. Der Arbeitsmarkt in der verarbeitenden Industrie zog in den Anfangsmonaten 2014 kraftvoll an, was zu einer entsprechenden rückläufigen Arbeitslosenquote von rund 12 Prozent geführt hat. Das war eine deutliche Verbesserung im Vergleich zu den beiden vorangegangenen Jahren. Die Inflationsrate bewegte sich auf historisch niedrigem Niveau und war im dritten Quartal sogar negativ. Damit wurde zum ersten Mal seit der Wende 1989 in Polen eine Deflation in einer Dreimonatsperiode verzeichnet. Im Jahresdurchschnitt wird mit einer Inflationsrate von voraussichtlich 0,2 Prozent gerechnet. Die gestiegene Beschäftigung in Kombination mit der historisch niedrigen Inflation (und somit steigenden Reallöhnen) bewirkte eine Erhöhung der Kaufkraft der konsumfreudigen Polen.

Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2014

Das verhaltene Wachstum der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Europa schlug im Jahr 2014 auch auf den westeuropäischen Werbemarkt durch. So schätzt ZenithOptimedia²⁾, dass die Nettowerbeausgaben der wesentlichen Medien in dieser Region um 2,4 Prozent gestiegen sind, nachdem diese im Vorjahr noch leicht um 0,8 Prozent gesunken waren. Während Printmedien weiterhin mit deutlichen Marktanteilsverlusten zu kämpfen hatten, stiegen die Nettowerbeausgaben im Online-Bereich mit 11,6 Prozent erneut deutlich an. Die Außenwerbung konnte im westeuropäischen Werbemarkt nur leicht um 1,4 Prozent zulegen. In den Ländern Ost- und Zentraleuropas³⁾ entwickelte sich die Werbewirtschaft insgesamt wenig dynamisch (+ 1,3 Prozent). Hauptwachstumstreiber war auch hier das Internet. In dieser Region gab es aber sehr große Unterschiede in den Entwicklungen der einzelnen Länder.

Deutschland

Der Werbemarkt in Deutschland wies im Jahr 2014 laut den von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeausgaben einen Anstieg von 4,5 Prozent auf.⁴⁾ Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns jedoch nur Trendaussagen dar, erlauben aber aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktangrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Wir gehen derzeit für 2014 – in Anlehnung an die zuletzt geäußerten Erwartungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) – von nur leicht gestiegenen Nettowerbeinvestitionen aus. Die offiziellen Nettomedienausgaben werden von der ZAW voraussichtlich im Mai 2015 veröffentlicht. Gestützt wird unsere Einschätzung für das Jahr 2014 auch von einer Prognose von ZenithOptimedia, die nach einer Stagnation im Jahr 2013 einen Anstieg der Nettowerbeausgaben um 1,5 Prozent erwartet.⁵⁾

¹⁾ Quelle: OECD Economic Outlook, November 2014

²⁾ Quelle: Publicis

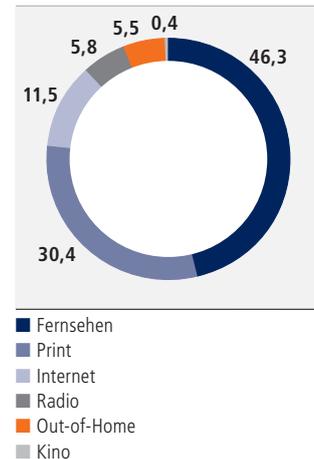
³⁾ Enthält die übrigen Länder Westeuropas sowie ausgewählte zentraleuropäische Länder mit moderatem Wachstumsprofil und starken wirtschaftlichen Verbindungen nach Westeuropa wie Tschechien, Ungarn und Polen

⁴⁾ Quelle: Nielsen Werbetrend 12-2014, Nielsen, Januar 2015

⁵⁾ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2014

Marktanteile der Medien in Deutschland (2014)

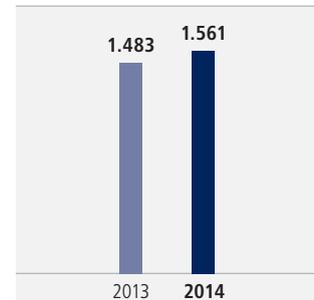
In %



Quelle: Nielsen Media Research

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home*

In Mio. EUR

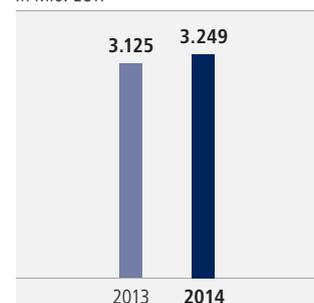


*Out-of-Home = Plakat + Transport + At-Retail-Media

Quelle: Nielsen Media Research

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Internet

In Mio. EUR



Quelle: Nielsen Media Research

Das Segment Out-of-Home verzeichnete 2014 bezüglich der Bruttowerbeausgaben ein Plus von 5,3 Prozent nach einem Anstieg von 11,0 Prozent im Vorjahr. Für das Segment Digital wurde ein Wachstum von 4,0 Prozent bei den Bruttowerbeausgaben gemessen. Das Segment Print stagnierte im zurückliegenden Jahr aller Voraussicht nach mit –0,1 Prozent, während der Bereich TV gemessen an den Bruttowerbeausgaben ein erneutes substanzielles Wachstum von 8,0 Prozent verzeichnen konnte. Verlässliche Aussagen zu etwaigen Marktanteilsverschiebungen sind erst nach Vorlage der Nettomarktzahlen zu treffen. Wir gehen aber davon aus, dass wir aufgrund eines steigenden Anteils digitaler Umsätze im Bereich der Außenwerbung und eines starken Wachstums bei den Plakatmedien unseren Marktanteil leicht erhöhen konnten.

Türkei

Der türkische Werbemarkt hat sich im Jahr 2014 aufgrund anhaltender innen- und außenpolitischer Unsicherheiten und des entsprechend belasteten makroökonomischen Umfelds des Landes im Vergleich zu den Vorjahren insgesamt verhalten entwickelt. Auf Basis des im Dezember 2014 veröffentlichten ZenithOptimedia-Reports gehen wir von einem Wachstum des gesamten Werbemarktes von nominal (also vor Inflationsbereinigung) immerhin noch etwa 6 Prozent im Jahr 2014 aus.¹⁾ Das ist allerdings der niedrigste Wachstumswert seit 2009. Ähnliche Anhaltspunkte ergeben sich aus den unterjährigen Veröffentlichungen der Türkischen Vereinigung von Mediaagenturen (TAAA). Auch wenn deren Stellungnahme zum Verlauf des Medienmarktes im Gesamtjahr 2014 noch aussteht, ist davon auszugehen, dass der Medienmarkt anders als im Vorjahr real nicht gewachsen sein wird. Konsistente Angaben zur Nettomarktentwicklung des türkischen Out-of-Home-Medienmarktes sind nicht verfügbar. Wir gehen aber davon aus, dass sich dieses Marktsegment nominal nur knapp über dem Vorjahr behaupten konnte. Basierend auf den Daten von ZenithOptimedia dürfte der Bereich Internet auch im Berichtsjahr 2014 deutlich überproportional gewachsen sein und weitere Marktanteilsgewinne verzeichnet haben. Diese Entwicklung dürfte im Wesentlichen zu Lasten des Segments Print verlaufen sein, das trotz leichten nominalen Wachstums seine Marktanteilsverluste der vergangenen Jahre voraussichtlich ausgebaut hat.

Polen

Der wirtschaftliche Aufschwung hat sich im Berichtsjahr positiv auf die polnische Werbebranche ausgewirkt. Gemäß dem ZenithOptimedia-Report vom Dezember 2014 wird im Berichtsjahr ein Anstieg der Werbeausgaben um 2,4 Prozent gegenüber 2013 erwartet. Diese Entwicklung ist nach einem deutlichen Rückgang von 5,3 Prozent im Vorjahr und 5,5 Prozent im Jahr 2012 erfreulich. Die Entwicklung der Außenwerbung wurde jedoch von den Budgetkürzungen der Werbungtreibenden aus dem Telekommunikationssektor überproportional beeinträchtigt, was unter anderem zu dem von ZenithOptimedia berichteten Rückgang der Werbeausgaben um 0,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr geführt hat. Im Vergleich zu dem markanten Rückgang des Vorjahres von 11,2 Prozent ist hier aber deutlich eine Stabilisierung in einem nach wie vor schwierigen Marktumfeld erkennbar. Wir gehen davon aus, dass sich die Marktanteile im Werbemarkt im Jahr 2014 insbesondere zugunsten von Online-Medien auf Kosten von Printmedien, aber teilweise auch auf Kosten der Außenwerbung verschoben haben. Leichte Marktanteilsgewinne werden auch TV, Radio und Kino verzeichnen können.

¹⁾ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2014

Wechselkursentwicklung

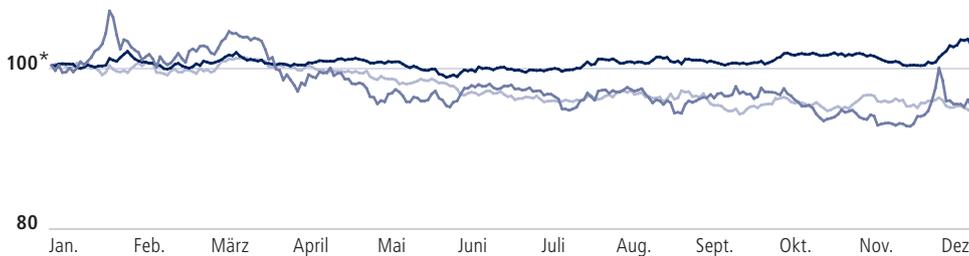
Für unsere Geschäfte waren im Jahr 2014 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira, zum Polnischen Zloty und zum Britischen Pfund relevant. Zunächst setzte die Türkische Lira ihre Talfahrt zu Beginn des Jahres fort, die sie bereits in der zweiten Jahreshälfte 2013 aufgrund politischer Unsicherheiten begonnen hatte und erreichte im Januar 2014 einen historischen Tiefstand von 3,19 TRY/EUR. Im Laufe des Jahres konnte die Türkische Lira wieder etwas Boden gutmachen und notierte zum Jahresende mit 2,83 TRY/EUR etwa 5 Prozent über dem Jahresendwert 2013. Im Jahresdurchschnitt lag die Türkische Lira gegenüber dem Euro im Jahr 2014 aber immer noch um 13 Prozent unterhalb des Vorjahresdurchschnitts. Der Polnische Zloty zeigte sich im Berichtszeitraum insgesamt stabil und notierte im Jahresdurchschnitt mit 4,18 PLN/EUR fast exakt auf dem Vorjahresdurchschnitt. Notierte der Zloty zum Jahresbeginn bei 4,17 PLN/EUR, so schloss er zum Jahresende mit 4,27 PLN/EUR ab, was im Jahresverlauf einem Wertzuwachs gegenüber dem Euro von gut 2 Prozent entspricht.¹⁾

Das Britische Pfund hat im Verlauf des Jahres gegenüber dem Euro deutlich an Wert gewonnen, was insbesondere auf die im Vergleich zur Eurozone stärkere Wirtschaftsentwicklung und die expansivere Geldpolitik der Europäischen Zentralbank zurückgeführt werden kann. Zum Jahresende notierte die Währung mit 0,78 GBP/EUR deutlich über dem Ausgangsniveau von 0,83 GBP/EUR vom Jahresanfang. Im Jahresmittel lag der durchschnittliche Kurs mit 0,81 GBP/EUR um 5 Prozent über seinem Vorjahresniveau.

Wechselkursentwicklung 2014

Indiziert

120



80

— PLN/EUR
— TRY/EUR
— GBR/EUR

*2.1.2014 = 100, Kursverläufe indiziert
Quelle: Europäische Zentralbank (EZB)

¹⁾ Quelle: Europäische Zentralbank (EZB)

Ertragslage Gruppe und Segmente

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

Der Ströer Konzern kann auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 zurückblicken. So haben sich der weitere Ausbau des Digital-Geschäfts, die zentrale Steuerung und Optimierung des nationalen Außenvertriebs sowie der verstärkte Ausbau des Regionalvertriebs in Deutschland besonders positiv bemerkbar gemacht. Infolge dieser strategischen Maßnahmen ist das Konzernergebnis deutlich auf 24,0 Millionen Euro angestiegen. Gleichzeitig waren auch die für den Ströer Konzern wichtigen Erfolgskennzahlen – Umsatz und Operational EBITDA – von einem beachtlichen Aufwärtstrend gekennzeichnet. Ebenfalls nennenswert ist in diesem Zusammenhang, dass sämtliche Segmente bzw. Teilsegmente des Konzerns positiv zum Wachstum des Operational EBITDA beitragen konnten.

Auch die Vermögens- und Finanzlage hat sich im Jahr 2014 weiter verbessert. Ein spürbar gesteigener Free Cash-Flow sowie eine erheblich gesunkene Nettoverschuldung sind nur zwei Kennzahlen von vielen, an denen sich die positive Entwicklung ablesen lässt. Bei einer gleichzeitig komfortablen Eigenkapitalquote von 33,6 Prozent ergibt sich damit zum 31. Dezember 2014 insgesamt ein sehr solides Bilanzbild.

Wir sehen den Ströer Konzern daher sowohl operativ als auch finanziell gut positioniert, um die zukünftig 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 2014 auf Basis einer vorsichtig optimistischen Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufgestellt. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des sehr kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, eines schnell wechselnden Markt-sentiments und konjunktureller Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Die im Rahmen unserer Prognose unterstellte Entwicklung der Rahmenbedingungen im Jahr 2014 ist in wesentlichen Teilen wie erwartet eingetreten, sodass wir unsere Ziele vollumfänglich erreichen bzw. übertreffen konnten.

Das **organische Umsatzwachstum** lag im Berichtsjahr 2014 bei 11,4 Prozent. Demgegenüber waren wir in unserer Prognose zum Ende des Geschäftsjahres 2013 noch von einem bereits ambitionierten Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Damit hat sich das organische Umsatzwachstum besser entwickelt als von uns erwartet und den Werbemarkt insgesamt deutlich outperformed. Wir hatten zudem einen darüber hinausgehenden anorganischen Umsatzzuwachs im zweistelligen Millionenbereich angestrebt. Auch dieses Vorhaben wurde mit 42,2 Millionen Euro klar erreicht.

Das operative Konzernergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (**Operational EBITDA**) beläuft sich auf 148,1 Millionen Euro und liegt damit um 30,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Prognostiziert hatten wir dagegen einen moderaten Anstieg des Operational EBITDA. Dieses Ergebnis hat unsere Erwartung insofern mehr als erfüllt.

Die **Operational EBITDA-Marge**¹⁾ beträgt für das Jahr 2014 konzernweit 20,2 Prozent und bewegt sich damit leicht über dem Vorjahreswert von 18,6 Prozent. Im letztjährigen Prognosebericht waren wir von einer leicht verbesserten Marge ausgegangen. Eine Annahme, die wie erwartet eingetreten ist.

Das **Konzernergebnis nach Steuern** beziffert sich für das abgelaufene Geschäftsjahr auf 24,0 Millionen Euro und hat damit deutlich um 19,6 Millionen über dem Vorjahreswert gelegen. In unserem Prognosebericht waren wir von einer weiteren Erhöhung des Konzernergebnisses ausgegangen, sodass wir unsere damalige Erwartung mit dem genannten Anstieg als übererfüllt ansehen.

Der **dynamische Verschuldungsgrad** (Leverage Ratio) lag zum Jahresende 2014 bei 1,9 und hat sich damit gegenüber dem Stand zum Jahresende 2013 (Leverage Ratio 2,8) erheblich reduziert. Unsere Erwartung hatten wir in unserem letztjährigen Prognosebericht dahingehend beschrieben, dass wir den dynamischen Verschuldungsgrad wieder in die Nähe der Bandbreite zwischen 2,0 und 2,5 zurückführen wollten. Damit war zugleich bei einem erwarteten moderaten Anstieg des Operational EBITDA auch eine leichte Rückführung der Nettoverschuldung impliziert. Diese Erwartung wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr übertroffen.

Im Hinblick auf die Rendite auf das eingesetzte Kapital bereinigt um die Amortisation unserer Werberechte (**ROCE**) waren wir von einem leichten Anstieg ausgegangen. Letztendlich erzielte Ströer im abgelaufenen Geschäftsjahr einen ROCE in Höhe von 13,8 Prozent und lag damit deutlich über Vorjahr (Vj.: 10,3 Prozent).

Einen Überblick über die Entwicklung des Konzerns in den vergangenen fünf Jahren gibt die nachfolgende Übersicht. Die wirtschaftliche Lage in den Unternehmensbereichen wird nachstehend ausführlich erläutert.

Ertragslage des Konzerns

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In Mio. EUR	2014	2013	2012*	2011*	2010*
Umsatzerlöse	721,1	622,0	560,6	577,1	531,3
Umsatzkosten	-505,2	-434,2	-386,5	-372,1	-332,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	215,9	187,8	174,1	205,0	198,6
Vertriebskosten	-91,7	-84,2	-75,4	-74,5	-70,7
Verwaltungskosten	-87,9	-82,6	-71,8	-75,1	-88,0
Sonstige betriebliche Erträge	25,1	18,7	16,5	15,9	79,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-11,5	-9,8	-9,6	-14,3	-8,3
Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen	3,7	4,1	0,0	0,0	0,0
EBIT	53,5	34,0	33,7	56,9	111,2
EBITDA	134,3	108,8	100,4	121,1	165,2
Operational EBITDA	148,1	118,0	107,0	132,3	127,3
Finanzergebnis	-14,8	-19,8	-31,9	-49,8	-52,8
EBT	38,7	14,2	1,8	7,1	58,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-14,7	-9,7	-3,6	-10,7	-0,2
Konzernergebnis	24,0	4,5	-1,8	-3,6	58,1

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

¹⁾ Operational EBITDA-Marge: Joint Ventures sind im Umsatz und im Operational EBITDA jeweils quotal berücksichtigt

→ Wir verweisen auf unsere Ausführungen im Anhang unter Abschnitt 4 „Änderung von Rechnungslegungsvorschriften“

Mit Wirkung zum 1. Januar 2014 hat die EU-Kommission die vom International Accounting Standards Board (IASB) neu eingeführten Regelungen des IFRS 11 verbindlich für die gesamte Europäische Union übernommen. Als Folge dieser neuen Regelungen waren im Ströer Konzern vier Gemeinschaftsunternehmen, die bisher einer quotalen Konsolidierung unterlagen, rückwirkend zum 1. Januar 2013 nach der At-Equity-Methode zu bilanzieren. Die anteiligen Beiträge dieser vier Gesellschaften gehen somit nicht mehr in die einzelnen Aufwands- und Ertragspositionen der Konzern-GuV ein, sondern werden in der Konzern-GuV-Position „Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen“ saldiert dargestellt (siehe unten). Die Vergleichszahlen des Jahres 2013 wurden entsprechend angepasst.

Umsatzentwicklung

Der Ströer Konzern konnte sein Geschäft im abgelaufenen Geschäftsjahr sehr erfolgreich ausweiten und seine Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich steigern. Mit einem Wert von insgesamt 721,1 Millionen Euro wurde der Vorjahresumsatz um erfreuliche 99,1 Millionen Euro übertroffen. Von diesem Anstieg entfallen 58,5 Millionen Euro auf die seit April 2013 sukzessive erworbenen Unternehmen der digitalen Werbevermarktung, deren Umsätze in den Vergleichszahlen des Vorjahres noch nicht bzw. nur zeitanteilig enthalten waren. Demgegenüber entfallen 40,6 Millionen Euro des Anstiegs auf unser Out-of-Home-Geschäft. Dabei zeigten sich insbesondere das Segment Ströer Deutschland und das Teilsegment BlowUP als besonders dynamisch. Die ebenfalls positive Entwicklung unserer Geschäftstätigkeit in der Türkei wurde hingegen zu großen Teilen vom Verhältnis der schwachen Türkischen Lira gegenüber dem Euro gedämpft. Bei gegenüber dem Vorjahr unveränderten Wechselkursen hätte der Ströer Konzern im Jahr 2014 insgesamt Umsatzerlöse in Höhe von 734,1 Millionen Euro erzielt.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

In Mio. EUR	2014	2013
Ströer Deutschland	464,6	419,6
Ströer Türkei	85,0	94,5
Ströer Digital	122,8	64,4
Sonstige	61,2	56,4
Überleitung At-Equity (IFRS 11)	-12,5	-12,8
Summe	721,1	622,0

In Hinblick auf die geografische Aufteilung der Umsätze haben sich insbesondere die Inlandsumsätze (ohne At-Equity-bilanzierter Unternehmen) mit einem Anstieg um 20,1 Prozent auf 556,8 Millionen Euro (Vj.: 463,8 Millionen Euro) deutlich erhöht, während die Auslandsumsätze bei teilweise gegenläufigen Tendenzen in den Kernmärkten mit einem Zuwachs von 3,8 Prozent auf 164,2 Millionen Euro (Vj.: 158,2 Millionen Euro) nur leicht zulegen konnten.

Die Umsatzentwicklung in der Online- und Außenwerbebranche unterliegt generell ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die der gesamten übrigen Medienbranche. Dies beeinflusst auch die unterjährige Entwicklung des Ströer Konzerns. 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 nach Quartalen

In Mio. EUR

Q1		145,7
Q2		189,0
Q3		174,6
Q4		211,8
Q1–Q4		721,1

Operational EBITDA-Entwicklung nach Quartalen

In Mio. EUR

Q1		16,5
Q2		41,3
Q3		30,1
Q4		60,2
Q1–Q4		148,1

Ergebnisentwicklung

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** konnte vor dem Hintergrund der positiven Geschäftsentwicklung ebenfalls spürbar um 28,0 Millionen Euro auf 215,9 Millionen Euro zulegen. Darin spiegelt sich vor allem das dynamische Umsatzwachstum des Konzerns wider, dem erheblich niedrigere Steigerungen bei den Umsatzkosten entgegenstanden. Die Bruttoergebnismarge bezifferte sich auf 29,9 Prozent und lag damit nur leicht unter Vorjahresniveau (30,2 Prozent).

Die wesentlich verbesserte operative Geschäftstätigkeit hat sich entsprechend deutlich im **Konzernergebnis** des Ströer Konzerns niedergeschlagen. Weitere positive Effekte sind vom sonstigen betrieblichen Ergebnis sowie vom nachhaltig optimierten Finanzergebnis ausgegangen. Nachteilig haben sich hingegen die höheren Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie ein gestiegener Steueraufwand ausgewirkt, wobei diese nachteiligen Effekte die oben genannten positiven Entwicklungen nur leicht gedämpft haben. Letztlich konnte Ströer für das Geschäftsjahr 2014 einen Konzernüberschuss in Höhe von 24,0 Millionen verzeichnen, was einem signifikanten Plus von 19,6 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Auch die um das Wechselkurergebnis und weitere Sondereffekte bereinigten Ergebniskennzahlen reflektieren den positiven Trend im operativen Geschäft. So stieg das **Net Income (adjusted)**¹⁾ gegenüber dem Vorjahr um 20,0 Millionen Euro auf 56,3 Millionen Euro an. Dieser Anstieg wurde größtenteils durch das darin einfließende **Operational EBITDA**²⁾ getragen, das mit 148,1 Millionen Euro den Vorjahresbetrag um 30,1 Millionen Euro übertroffen hat. Im Gegensatz dazu wirkte sich das bereinigte Steuerergebnis mit einem um 9,6 Millionen Euro höheren Steueraufwand merklich dämpfend auf das Net Income (adjusted) aus. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (**ROCE**) bereinigt um die Amortisation unserer Werberechte beträgt gut 13,8 Prozent (Vj.: 10,3 Prozent).

Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen

Mit den erhöhten Umsatzerlösen gingen gleichzeitig auch gestiegene **Umsatzkosten** einher, die sich im Berichtszeitraum auf 505,2 Millionen Euro bezifferten und damit um 71,0 Millionen Euro über dem Vorjahr lagen. Ausschlaggebend für diesen Anstieg waren größtenteils die neu erworbenen Gesellschaften der Digital-Werbevermarktung. Gleichzeitig führten auch die gestiegenen Umsatzerlöse im Segment Ströer Deutschland und im Teilsegment BlowUP zu umsatzinduzierten höheren Pacht aufwendungen. In der Türkei waren die Umsatzkosten hingegen von einem vorsich-

→ Ergänzende Erläuterungen zur Entwicklung der Umsatzkosten befinden sich im nachfolgenden Abschnitt „Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen“

→ Wir verweisen auf die bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung auf Seite 168

¹⁾ Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

²⁾ Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte

tigen Kostenmanagement und von der Schwäche der Türkischen Lira gegenüber dem Euro gekennzeichnet und fielen dementsprechend erheblich niedriger aus. Auch in Polen war ein Rückgang der Umsatzkosten zu verzeichnen. Dort kamen insbesondere ein umfangreiches Kostensenkungsprogramm sowie niedrigere Pachtaufwendungen zum Tragen.

Die **Vertriebskosten** legten im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 7,5 Millionen Euro zu und beliefen sich zum Ende des Geschäftsjahres auf 91,7 Millionen Euro. Dieser Anstieg beruhte mit 6,2 Millionen Euro insbesondere auf den zugewandenen Unternehmen der Digital-Werbevermarktung. Gleichzeitig wurde der regionale Vertrieb im Segment Ströer Deutschland weiter maßgeblich ausgebaut, was zu einer entsprechenden Erhöhung der Vertriebskosten beitrug. Die Vertriebskostenquote belief sich letztendlich auf 12,7 Prozent und reduzierte sich aufgrund des höheren Umsatzes gegenüber dem Vorjahr um 0,8 Prozentpunkte.

Die **Verwaltungskosten** lagen im Geschäftsjahr 2014 mit 87,9 Millionen Euro um 5,3 Millionen Euro über dem Vorjahr, wobei die Kosten bereinigt um das neue Digital-Segment deutlich unter dem Vorjahreswert lagen. Die wesentlichen Ursachen für den bereinigten Rückgang lagen überwiegend in einem konsequenten Kostenmanagement sowie in den Währungskurseffekten der schwachen Türkischen Lira. Die Verwaltungskostenquote bewegte sich mit 12,2 Prozent merklich um 1,1 Prozentpunkte unter dem Vergleichswert des Vorjahres.

→ Eine detailliertere Darstellung der Sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen finden Sie in den Abschnitten 13 und 14 des Konzernanhangs

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** sind im abgelaufenen Geschäftsjahr um 6,5 Millionen Euro auf 25,1 Millionen Euro angestiegen. Dieser Anstieg beruht unter anderem auf Ausgleichsforderungen für erworbene Werberechte, die nicht in vereinbartem Umfang genutzt werden konnten, sowie auf einer Vielzahl von sonstigen Effekten, die einzeln betrachtet von untergeordneter Bedeutung sind.

Die **Sonstigen betrieblichen Aufwendungen** sind mit 11,5 Millionen Euro um 1,7 Millionen Euro höher ausgefallen als im Vorjahr. Bereinigt um die Unternehmen des Digital-Segments lag der Anstieg noch bei 0,8 Millionen Euro, der sich aus vielen unwesentlichen Einzeleffekten zusammensetzt. In dieser Position sind unter anderem Wertberichtigungen auf Forderungen, Wechselkursaufwendungen aus laufender Geschäftstätigkeit sowie Ergebnisse aus dem Abgang von Vermögenswerten enthalten.

Der **Anteil am Ergebnis At-Equity-bilanzierter Unternehmen** entwickelte sich gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,4 Millionen Euro rückläufig und endete zum Stichtag mit einem Saldo von 3,7 Millionen Euro.

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

Das **Finanzergebnis** hat sich gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 5,0 Millionen Euro verbessert und wies zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres einen Aufwandssaldo in Höhe von 14,8 Millionen Euro auf. Ausschlaggebend dafür waren neben der weiterhin günstigen Zinsentwicklung an den Kapitalmärkten vor allem die deutlich günstigeren Zinskonditionen des im April 2014 neu abgeschlossenen Facilities Agreements. Gleichzeitig hat sich auch der erheblich niedrigere dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) sehr positiv auf die an unsere Kreditgeber zu entrichtende Zinsmarge ausgewirkt. Wechselkurseffekte sind im Jahr 2014 anders als in den Vorjahren nur in unwesentlichem Umfang angefallen.

→ Zu näheren Informationen verweisen wir auf die Überleitungsrechnung in Abschnitt 16 des Konzernanhangs

Der **Steueraufwand** vom Einkommen und Ertrag summierte sich im Berichtsjahr auf 14,7 Millionen Euro (Vj.: 9,7 Millionen Euro). Der höhere Aufwand resultierte im Wesentlichen aus der verbesserten operativen Geschäftstätigkeit der Ströer Gruppe und dem damit einhergehenden deutlichen Anstieg der Bemessungsgrundlage. Aufgrund dieser höheren Bemessungsgrundlage haben einzelne Effekte wie z. B. die gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Miet- und Pachtaufwendungen an Bedeutung verloren, sodass die Steuerquote sich insgesamt rückläufig entwickelt hat.

Geschäfts- und Ertragslage der Segmente

Ströer Deutschland

In Mio. EUR	2014	2013	Veränderung (%)
Segmentumsatz	465,1	420,6	10,6
Billboard	198,3	165,9	19,5
Street Furniture	129,5	120,7	7,3
Transport	101,2	96,8	4,6
Sonstige	36,1	37,3	-3,0
Operational EBITDA	118,9	100,5	18,4

Die Anpassung an die oben bereits erläuterten Regelungen des IFRS 11 hat sich auch auf wesentliche Kennzahlen des Ströer Konzerns ausgewirkt. Ungeachtet dieser neuen Regelungen gilt für die Berichterstattung über die einzelnen Segmente jedoch weiterhin der Management-Ansatz im Sinne des IFRS 8, wonach die externe Segmentberichterstattung der internen Berichtsstruktur folgen soll. Die interne Berichtsstruktur des Ströer Konzerns basiert weiterhin auf dem Konzept der anteiligen Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen. Vor diesem Hintergrund gehen die Beiträge der Gemeinschaftsunternehmen unverändert zu 50 Prozent in die nachfolgenden Kennzahlen des Segments Ströer Deutschland ein. Die übrigen Segmente sind von den neuen Regelungen nicht betroffen.

Das Segment Ströer Deutschland konnte seine **Umsatzerlöse** im Berichtszeitraum kräftig steigern. Dabei machten sich neben der organisatorischen Neuausrichtung des nationalen Vertriebs auch der Ausbau unseres Regionalvertriebs mit einer Vielzahl von Einzelaktivitäten positiv bemerkbar, von denen letztlich alle Produktgruppen profitieren konnten.

Im Hinblick auf die Produktgruppe **Billboard** wurden im Geschäftsjahr 2014 erstmals in nennenswertem Umfang unzureichend ausgelastete Netzstellen aus den Netzen herausgelöst, um damit Umsätze im Rahmen einer gezielten Einzelvermarktung generieren zu können. Durch diese Maßnahme war es sowohl nationalen Kunden für Geotargeting-Kampagnen als auch regionalen und lokalen Kunden möglich, gezielt einzelne Premiumwerbeträger der Produktgruppe Billboard zu nutzen. Darüber hinaus hat Ströer seine regionale Salesforce seit Anfang des Jahres 2013 um mehr als 100 Außendienstmitarbeiter ausgebaut. Im Zuge dieser Maßnahmen sind im Geschäftsjahr 2014 Anlaufkosten von etwa 6,5 Millionen Euro aufgelaufen, die das Operational EBITDA entsprechend belastet haben. Des Weiteren konnte Ströer auch von Vertragsabschlüssen mit Drittfirmen hinsichtlich der Vermarktung zusätzlichen Werbeträgerinventars sowie von der Verlängerung bzw. Neugewinnung kommunaler Werberechtsverträge profitieren, wodurch zusätzliche Umsätze erzielt werden konnten.

Während die Produktgruppe Billboard größtenteils regionale bzw. nationale Nachfrager bedient, sind die Kunden der Produktgruppe **Street Furniture** vornehmlich national bzw. international tätig. Vor diesem Hintergrund konnte insbesondere die Produktgruppe Street Furniture von einer gestiegenen Nachfrage unserer national tätigen Kunden profitieren, wobei in diesem Zusammenhang nicht nur neue Kunden gewonnen werden konnten, sondern in vielen Fällen auch die Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden intensiviert wurde. Der Umsatzanstieg der Produktgruppe **Transport** resultierte größtenteils aus dem Geschäft mit digitalen Außenwerbeträgern. Dabei lag der Umsatzanteil der digitalen Formate am Segmentumsatz Ströer Deutschland bei 10,5 Prozent. Die Produktgruppe **Sonstige**, in der sehr unterschiedliche Sachverhalte wie Eventmedien, Produktionserlöse und Zukäufe subsumiert werden, entwickelte sich insgesamt leicht rückläufig.

→ Bezüglich der Überleitung der Segment-Kennzahlen auf die Konzern-Kennzahlen verweisen wir auf unsere Darstellungen im Anhang in Abschnitt 34 „Segmentberichterstattung“

Mit dem Umsatzwachstum ging gleichzeitig auch eine Erhöhung der **Umsatzkosten** einher. Jedoch wurden die zusätzlichen Umsätze durch diesen gegenläufigen Effekt nur zum Teil kompensiert. Bei den gestiegenen Umsatzkosten handelte es sich im Wesentlichen um umsatzinduzierte höhere Pacht- und Bewirtschaftungskosten. Die Bewirtschaftungs- und Overhead-Kosten profitierten von einem rigorosen Kostenmanagement und blieben beide unter Vorjahresniveau. Insgesamt konnte das Segment Ströer Deutschland ein um 18,5 Millionen Euro höheres **Operational EBITDA** sowie eine gleichzeitig um 1,7 Prozentpunkte auf 25,6 Prozent verbesserte **Operational EBITDA-Marge** verzeichnen.

Ströer Türkei

In Mio. EUR	2014	2013	Veränderung (%)
Segmentumsatz	85,5	94,6	-9,6
Billboard	66,2	70,8	-6,4
Street Furniture	19,3	23,6	-18,2
Transport	0,0	0,2	-100,0
Sonstige	0,0	0,0	-100,0
Operational EBITDA	14,0	13,8	1,5

Das Segment Ströer Türkei verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr **Umsatzerlöse** in Höhe von 85,5 Millionen Euro und blieb damit um 9,0 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Ausschlaggebend für diesen Rückgang ist in erster Linie die fortdauernde Schwäche der Türkischen Lira gegenüber dem Euro. Demgegenüber konnte das Segment in lokaler Währung erneut durch kontinuierliches Wachstum überzeugen, das insbesondere durch Impulse aus dem regionalen Vertrieb getragen wurde. Auch das um Währungskurseffekte bereinigte organische Wachstum in Höhe von 3,5 Prozent reflektiert die positive Entwicklung in lokaler Währung. Geopolitische Instabilitäten in der Region, die sich auch auf die Werbeausgaben unserer Kunden ausgewirkt haben, führten zu einer Verlangsamung des Wachstums. Ebenso wie die Umsatzerlöse unterlagen auch die Umsatzkosten den Einflüssen der Währungskursrelationen und gingen im Berichtszeitraum dementsprechend merklich zurück. Darüber hinaus konnte das Segment aber auch in lokaler Währung einen leichten Rückgang der Umsatzkosten vermelden. Zwar machten sich mengen- und preisbedingt deutlich höhere Stromkosten nachteilig bemerkbar, jedoch wurden diese durch andere Einsparungen im operativen Geschäft mehr als ausgeglichen. In Summe verbesserte sich das **Operational EBITDA** leicht um 0,2 Millionen Euro auf 14,0 Millionen Euro, während die **Operational EBITDA-Marge** um 1,8 Prozentpunkte auf 16,4 Prozent anzog.

Sonstige

In Mio. EUR	2014	2013	Veränderung (%)
Segmentumsatz	61,8	56,4	9,5
Billboard	57,6	52,2	10,4
Street Furniture	0,7	0,6	9,4
Transport	0,7	0,7	-3,5
Sonstige	2,8	2,9	-3,8
Operational EBITDA	10,6	6,4	64,7

Im Segment Sonstige sind unsere polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Das Teissegment **Polen** konnte seine Umsatzerlöse im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz eines weiterhin herausfordernden Umfelds leicht unter Vorjahresniveau stabilisieren, während es im Jahr 2013 noch substantielle Einbußen hinnehmen musste. Der Markt war im Berichtsjahr durch höhere Auslastungsquoten bei allerdings reduzierten Kapazitäten gekennzeichnet, die durch anhaltenden Preisdruck belastet wurden. Dennoch ließen sich zunehmend Anzeichen einer ersten Erholung im polnischen Außenwerbemarkt erkennen. Zudem konnte das Teissegment wie schon im Vorjahr auf der Kostenseite erhebliche Einsparpotenziale nutzen, so dass das Operational EBITDA abermals merklich verbessert und die Operational EBITDA-Marge im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt werden konnte.

Das Teissegment **BlowUP** konnte das Geschäftsjahr 2014 mit einem kräftigen Umsatzanstieg abschließen und blieb damit auch weiterhin auf Erfolgskurs. So zeichneten sich insbesondere unsere Geschäftstätigkeiten in Deutschland und in Großbritannien als dynamische Wachstumstreiber aus, bei denen vor allem unser um digitale Boards erweitertes Produktportfolio auf hohe Nachfrage stieß. Im Gegensatz dazu blieb der Anstieg bei den Umsatzkosten eher moderat, sodass letztendlich auch das Teissegment BlowUP ein verbessertes Operational EBITDA beitragen konnte.

Das Segment Sonstige erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt einen Umsatz von 61,8 Millionen Euro und bewegte sich damit um 5,4 Millionen Euro über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch das Operational EBITDA konnte deutlich verbessert werden und endete mit 10,6 Millionen Euro, was einem Plus von 4,2 Millionen Euro entspricht.

Ströer Digital

In Mio. EUR	2014	2013	Veränderung (%)
Segmentumsatz	122,9	64,4	90,8
Digital	122,2	64,2	90,4
Sonstige	0,7	0,2	> 100
Operational EBITDA	12,4	6,4	94,9

Das neue Segment Ströer Digital (bis Ende 2013 als Segment Online bezeichnet) enthält neben den Umsatz- und Ergebnisbeiträgen der im Jahr 2013 erworbenen Unternehmen auch die Beiträge der im Jahr 2014 mehrheitlich erworbenen GAN-Gruppe, der Tube One Networks GmbH, der GIGA Digital AG, der Geschäftsbereiche „kino.de“ und „video.de“ sowie der Webguidez Entertainment GmbH. Für das Segment liegen im Hinblick auf das Vorjahr zwar Vergleichswerte vor, jedoch enthalten diese Vergleichszahlen ausschließlich die Umsatz- und Ergebnisbeiträge der im Vorjahr erworbenen adscale GmbH, des Location-based-Advertising-Segments der servtag GmbH, der Ströer Digital Group sowie der Ballroom-Gesellschaften. Bezogen auf diese Unternehmen konnten deutliche zeit-anteilige Umsatzzuwächse sowie voll im Rahmen unserer Erwartungen liegende Ergebnissteigerungen verzeichnet werden. Die Integration in den Ströer Konzern läuft dabei planmäßig.

Finanz- und Vermögenslage

Grundzüge der Finanzierungsstrategie

Ströer verfolgt konsequent eine konservative und langfristig ausgerichtete Finanzierungsstrategie. Die Sicherung der finanziellen Flexibilität hat höchste Priorität in 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 gehört 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

Die Finanzierung der Ströer Gruppe 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 sowie in der Diversifikation der Kapitalgeber weitere wichtige Finanzierungsziele.

Im Rahmen unserer Finanzierungsbausteine achten wir auf ein angemessenes Fälligkeitsprofil unserer Finanzverbindlichkeiten sowie auf ein angemessenes, stabiles Portfolio von Kreditinstituten und Finanzintermediären, mit denen wir zusammenarbeiten. Wir operieren dabei auf Basis verbindlicher Standards, die Fremdkapitalgebern Transparenz und Fairness gewährleisten. In der Zusammenarbeit mit unseren kreditgebenden Banken ist uns der Aufbau einer langfristigen und nachhaltigen Beziehung besonders wichtig.

Der externe Finanzierungsspielraum wird im Ströer Konzern derzeit durch ein Bankensyndikat von zwölf ausgewählten in- und ausländischen Finanzinstitutionen zur Verfügung gestellt. Es handelt sich hierbei um ein im abgelaufenen Geschäftsjahr (wirtschaftliche Wirkung: 8. April 2014) neu abgeschlossenes, langfristig bis April 2019 ausgereichtes endfälliges Darlehen in Höhe von 250 Millionen Euro sowie eine revolvingende Betriebsmittellinie mit gleicher Fälligkeit in Höhe von ebenfalls 250 Millionen Euro. Die Vergabe der Darlehensmittel erfolgte unbesichert. Die bislang bestehende syndizierte Kreditvereinbarung von ebenfalls 500 Millionen Euro wurde damit abgelöst. Der Ströer Konzern kann damit auf eine langfristig stabile Finanzierung mit niedrigen Fremdkapitalkosten zurückgreifen. Die im Rahmen der neuen Finanzierung angefallenen einmaligen Kosten werden über die Laufzeit des Vertrags amortisiert.

Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 15 Prozent aller Kreditbeträge auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Da wir die konzernweiten Betriebsmittellinien in Höhe von insgesamt 260,6 Millionen Euro einschließlich der Ausnutzung durch Avale zum Bilanzstichtag 2014 nur mit 71,5 Millionen Euro in Anspruch genommen haben, stehen uns über den bestehenden Kassensaldo (46,1 Millionen Euro) hinaus substantielle ungenutzte Finanzierungsspielräume zur Verfügung. Die Kreditmargen für die verschiedenen Kredittranchen bewegen sich je nach Verschuldungsquote in einer Bandbreite zwischen 130 und 275 Basispunkten (im Vorjahr 175 bis 360 Basispunkte). Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen marktüblichen Usancen und betreffen zwei Kennziffern (Leverage Ratio und Fixed Charge Ratio), die auch zum Jahresende mit deutlichem Abstand zur jeweiligen Covenant-Grenze eingehalten wurden. Zum 31. Dezember 2014 standen nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von 189,2 Millionen Euro (Vj.: 166,1 Millionen Euro) zur Verfügung.

Die Darlehen sind überwiegend variabel verzinst. Für rund 40 Millionen Euro dieser syndizierten Kreditfazilitäten bestanden zum Bilanzstichtag noch Festzinsswaps, deren Laufzeit allerdings Anfang 2015 endete. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand regelmäßig mit der möglichen Absicherung von Zinsänderungsrisiken durch den Einsatz von Festzinsderivaten 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 im Rahmen von automatisiertem Cash-Pooling abgedeckt. Im Ausnahmefall werden auch Kreditlinien mit lokal ansässigen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Anforderungen Rechnung zu tragen. Diesem Leitgedanken entsprechend erfolgte die Finanzierung der Tochtergesellschaften auch im Jahr 2014 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Ströer Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

Aufgrund der erfreulichen Ergebnisentwicklung der gesamten Ströer Gruppe ist die Nettofinanzverschuldung im abgelaufenen Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr deutlich um 50,6 Millionen Euro auf 275,4 Millionen Euro zurückgegangen. Im Jahr 2014 haben die Ströer SE sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditauflagen und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

→ Weiterführende Informationen zu unseren Finanzverbindlichkeiten im Geschäftsjahr 2014 sind im Konzernanhang im Abschnitt 30 aufgeführt

Zunehmend steigende Eigenkapitalanforderungen, die sich vor allem aus dem Reformpaket Basel III ergeben, wirken sich insbesondere auch auf das Kreditgeschäft aus. Daher beabsichtigen wir mittelfristig, unsere derzeit stark auf Banken ausgerichtete Finanzierungsstruktur zugunsten einer stärker kapitalmarktorientierten Verschuldung zu diversifizieren. Dafür werden wir wiederkehrend im Rahmen unseres Finanzierungsmanagements verschiedene alternative Finanzierungsoptionen (wie z. B. Begebung von Schuldscheindarlehen oder Unternehmensanleihen) prüfen und dabei auch die weitere Optimierung des Fristigkeitenprofils unserer Finanzschulden berücksichtigen.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente nutzt der Ströer Konzern nur in geringem Umfang in Form von Factoring. Im Geschäftsjahr 2014 bestand zeitweise eine solche Vereinbarung über den Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zwischen einer türkischen Konzerngesellschaft und einem dort ansässigen Finanzinstitut. Weitere Instrumente kommen im Ströer Konzern aktuell nicht zum Einsatz. Wir nutzen operatives Leasing primär für die EDV-Peripherie und zur Finanzierung unserer Firmenfahrzeuge. 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 zeichnet sich durch eine ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage aus. Die Finanzierung ist durch eine syndizierte Kreditfazilität bis April 2019 sichergestellt. Die in diesem Zusammenhang gewährten Kreditlinien verschaffen Ströer einen komfortablen Finanzierungsspielraum, um auch künftig die sich am Markt bietenden Chancen flexibel nutzen und die Unternehmensstrategie an Marktveränderungen anpassen zu können. Der Konzern verfügte zum Stichtag über liquide Mittel in Höhe von 46,1 Millionen Euro (Vj.: 40,5 Millionen Euro) sowie über langfristig zugesagte, nicht gezogene Kreditlinien in Höhe von 189,2 Millionen Euro (Vj.: 166,1 Millionen Euro). Der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – belief sich zum Ende des Berichtsjahres auf 1,9 (Vj.: 2,8). Diese äußerst positive Entwicklung wurde insbesondere von einer spürbar anziehenden operativen Geschäftstätigkeit getragen, die sich zugleich in einem deutlich höheren Operational EBITDA widerspiegelt. Auch die Eigenkapitalausstattung des Ströer Konzerns hat sich gegenüber dem Vorjahr weiter verbessert. So ist die Eigenkapitalquote von 31,1 Prozent auf 33,6 Prozent angestiegen und stellt sich damit nach wie vor als sehr komfortabel dar.

Finanzlage

In Mio. EUR	2014	2013	2012*	2011*	2010*
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	123,4	74,4	54,9	95,0	30,3
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-57,9	-70,3	-44,1	-57,0	-98,5
Free Cash-Flow	65,5	4,1	10,8	38,0	-68,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-59,9	14,6	-121,4	-10,1	117,1
Mittelveränderung	5,6	18,8	-110,6	27,9	48,9
Mittelbestand am Ende der Periode	46,1	40,5	23,5	134,0	106,1

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Der **Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit** belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 123,4 Millionen Euro und lag damit um beachtliche 49,0 Millionen Euro über dem bereits sehr guten Wert des Vorjahres. Dieser Anstieg reflektiert insbesondere das deutlich verbesserte EBITDA und damit die merklich anziehende operative Geschäftstätigkeit des Ströer Konzerns. Zugleich haben sich auch die rückläufigen Ertragsteuerzahlungen vorteilhaft ausgewirkt, die den laufenden Cash-Flow im Vorjahr wegen einmaliger Gewerbesteuernachzahlungen noch spürbar belastet hatten. Schließlich hat auch der Abbau des Working Capital zu dem deutlich höheren laufenden Cash-Flow beigetragen.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** bezifferte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf Auszahlungen in Höhe von 57,9 Millionen Euro und blieb damit um 12,3 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Maßgeblich waren in diesem Zusammenhang die deutlich niedrigeren Investitionsauszahlungen für Unternehmenserwerbe. Während im Vorjahr noch umfangreiche Anfangsinvestitionen in das neue Digital-Segment erforderlich waren, wurden diese im abgelaufenen Geschäftsjahr durch weitere Akquisitionen sinnvoll ergänzt und ausgebaut. Die Auszahlungen für Unternehmenserwerbe beziehen sich vornehmlich auf die Akquisition der MBR Targeting GmbH, der GIGA Digital AG, der Geschäftsbereiche „kino.de“ und „video.de“ sowie der Webguidez Entertainment GmbH. Demgegenüber bewegten sich die Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen sowie in immaterielle Vermögenswerte nur leicht über bzw. auf Vorjahresniveau.

Der **Free Cash-Flow** beträgt zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres insgesamt 65,5 Millionen Euro, was einem Zuwachs von 61,4 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht. Damit bleibt die starke Innenfinanzierungskraft unverändert eines der wesentlichen Merkmale des Ströer Konzerns. So wurden in den vergangenen fünf Jahren sämtliche Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen ebenso wie die Auszahlungen für Wachstumsprojekte und Unternehmenserwerbe kumuliert vollständig aus dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abgedeckt.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** lag im Geschäftsjahr 2014 bei Auszahlungen in Höhe von 59,9 Millionen Euro. Darin enthalten sind in erster Linie die Rückzahlungen von Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 47,5 Millionen Euro. Des Weiteren wurden 11,3 Millionen Euro an Gesellschafter ausgezahlt, wovon etwa 4,9 Millionen Euro auf die Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer Media SE entfallen. Der Restbetrag entfällt auf weitere Ausschüttungen an nicht beherrschende Gesellschafter diverser Tochterunternehmen sowie Kaufpreiszahlungen an nicht beherrschende Gesellschafter, die uns ihre Anteile im Rahmen der Ausübung von Put-Optionen angedient haben.

Der Bestand an **liquiden Mitteln** lag zum Ende des Berichtsjahres dispositionsbedingt bei 46,1 Millionen Euro und damit um 5,6 Millionen Euro über dem entsprechenden Wert des Vorjahres. Zusammen mit den darüber hinaus langfristig zur Verfügung stehenden freien Kreditlinien in Höhe von 189,2 Millionen Euro sehen wir die Liquiditätsausstattung des Ströer Konzerns nach wie vor als sehr komfortabel an.

Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** des Ströer Konzerns bestand zum Jahresende 2014 zu rund 76 Prozent (Vj.: 78 Prozent) aus Eigen- und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Schulden in Höhe von 230,2 Millionen Euro (Vj.: 212,5 Millionen Euro) sind auch nach dem Einstieg in die Digital-Werbe-vermarktung zu weit mehr als 100 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 169,1 Millionen Euro (Vj.: 160,3 Millionen Euro) sowie langfristig zugesagte, freie Kreditlinien in Höhe von 189,2 Millionen Euro (Vj.: 166,1 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

Im Ströer Konzern betragen die **Finanzverbindlichkeiten** zum 31. Dezember 2014 insgesamt 348,6 Millionen Euro und lagen damit um 50,1 Millionen Euro unter dem entsprechenden Vergleichswert des Vorjahres. Dieser Rückgang beruht mit 33,9 Millionen Euro vor allem auf der weiteren Tilgung unserer Bankverbindlichkeiten aus dem Facilities Agreement. Des Weiteren haben wir auch unsere Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben im abgelaufenen Geschäftsjahr um 14,2 Millionen Euro zurückgeführt.

Die Ermittlung der **Nettoverschuldung**, des Operational EBITDA und damit auch des dynamischen Verschuldungsgrads folgt der internen Berichtsstruktur im Ströer Konzern. Dementsprechend wurden diese drei Kennzahlen durch die Umstellung auf IFRS 11 nicht beeinflusst.

In Mio. EUR	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012*	31.12.2011*	31.12.2010*
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten**	307,7	351,2	311,0	413,1	426,6
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten**	36,9	42,3	31,6	52,6	39,2
(1) + (2) Summe Finanzverbindlichkeiten	344,6	393,5	342,5	465,7	465,7
(3) Derivative Finanzinstrumente**	21,6	24,3	16,9	27,4	39,5
(1) + (2) – (3) Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	323,0	369,2	325,6	438,3	426,2
(4) Liquide Mittel**	47,6	43,1	23,5	134,0	106,1
(1) + (2) – (3) – (4) Nettoverschuldung	275,4	326,1	302,1	304,3	320,1
Dynamischer Verschuldungsgrad**	1,9	2,8	2,8	2,3	2,5
Eigenkapitalquote (in %)	33,6	31,1	32,4	27,8	29,8

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

** Joint Ventures sind quotal berücksichtigt (Management Ansatz)

Der Ströer Konzern konnte seine Nettoverschuldung im Geschäftsjahr 2014 trotz weiterer Investitionen in die Unternehmen der Digital-Werbevermarktung signifikant um 50,6 Millionen Euro auf 275,4 Millionen Euro zurückfahren. Dabei profitierte der Konzern vom deutlich anziehenden operativen Geschäft und den damit einhergehenden erheblich verbesserten Kennzahlen Free Cash-Flow und Operational EBITDA. Der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio), der als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA definiert ist, hat sich infolgedessen ebenfalls substanzial auf 1,9 verbessert.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** haben sich im Jahr 2014 deutlich um 18,6 Millionen Euro auf 121,7 Millionen Euro erhöht. Dieser Anstieg resultierte mit 10,0 Millionen Euro größtenteils aus den zugegangenen Verbindlichkeiten bei den neu erworbenen Unternehmen der Digital-Werbevermarktung.

Das **Eigenkapital** der Ströer Gruppe hat im abgelaufenen Geschäftsjahr um 23,4 Millionen Euro auf 320,1 Millionen Euro zugelegt. Ausschlaggebend für diese positive Entwicklung war vornehmlich der Konzernüberschuss in Höhe von 24,0 Millionen Euro. Auch die Währungskurseffekte insbesondere aus der Umrechnung unserer türkischen Aktivitäten haben sich erhöhend auf das Eigenkapital ausgewirkt. Gegenläufig machte sich die Ausschüttung der Dividende in Höhe von 4,9 Millionen Euro an die Aktionäre der Ströer Media SE bemerkbar. Insgesamt verbesserte sich die Eigenkapitalquote damit von 31,1 Prozent auf 33,6 Prozent.

Kosten der Kapitalstruktur

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 nach Ertragsteuern.

→ Weitere Ausführungen finden
Sie im Anhang im Abschnitt 19
„Immaterielle Vermögenswerte“

Vermögenslage

Konzernbilanz					
In Mio. EUR	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012*	31.12.2011*	31.12.2010*
Aktiva					
Langfristig gebundenes Vermögen					
Immaterielle Vermögenswerte	230,1	248,0	262,0	278,4	306,5
Goodwill	310,4	301,4	226,1	224,2	225,0
Sachanlagen	198,7	201,1	225,9	221,8	212,8
Anteile an At-Equity-bilanzierten Unternehmen	24,0	24,5	–	–	–
Steueransprüche	4,7	7,7	5,0	15,5	9,4
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	15,0	10,6	14,3	14,4	10,7
Zwischensumme	782,9	793,3	733,3	754,3	764,5
Kurzfristig gebundenes Vermögen					
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	117,8	112,8	96,7	85,8	107,2
Liquide Mittel	46,1	40,5	23,5	134,0	106,1
Steueransprüche	4,3	4,2	4,8	3,1	4,2
Vorräte	0,9	2,8	5,5	5,4	5,1
Zwischensumme	169,1	160,3	130,5	228,4	222,6
Bilanzsumme	952,0	953,6	863,7	982,6	987,1
Passiva					
Langfristige Finanzierungsmittel					
Eigenkapital	320,1	296,7	279,6	273,5	294,4
Finanzielle Verbindlichkeiten	307,7	351,2	311,0	413,1	426,6
Latente Steuerverbindlichkeiten	53,1	54,9	55,1	71,4	64,9
Rückstellungen	40,8	38,4	37,2	31,3	36,8
Zwischensumme	401,6	444,4	403,2	515,8	528,3
Kurzfristige Finanzierungsmittel					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	121,7	103,2	80,5	77,5	67,9
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	74,8	82,1	65,9	81,7	70,3
Rückstellungen	23,1	20,6	18,6	21,0	17,7
Ertragsteuerverbindlichkeiten	10,5	6,6	16,0	13,1	8,4
Zwischensumme	230,2	212,5	180,9	193,3	164,3
Bilanzsumme	952,0	953,6	863,7	982,6	987,1

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

Vermögensstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** der Ströer Gruppe lag zum 31. Dezember 2014 mit 952,0 Millionen Euro um 1,6 Millionen Euro unter dem entsprechenden Vorjahreswert.

Das **Langfristig gebundene Vermögen** des Ströer Konzerns ist im Geschäftsjahr 2014 um 10,4 Millionen Euro auf 782,9 Millionen Euro zurückgegangen. Wesentliche Veränderungen ergaben sich insbesondere aus den immateriellen Vermögenswerten, die um 17,8 Millionen Euro niedriger ausgefallen sind als im Vorjahr. Dabei wurden Zugänge aus Investitionen durch laufende Amortisationen deutlich überkompensiert. Eine weitere wesentliche Veränderung ergab sich bei den Firmenwerten, die insbesondere aufgrund der Unternehmenserwerbe um 8,9 Millionen Euro zulegten. Im Sachanlagevermögen lagen die Zugänge aus Investitionen leicht unter den laufenden Abschreibungen, sodass die Buchwerte um 2,4 Millionen Euro zurückgegangen sind. Der Anstieg bei den Forderungen und sonstigen Vermögenswerten um 4,4 Millionen Euro ist im Wesentlichen durch zusätzlich geleistete Mietvorauszahlungen gekennzeichnet. Demgegenüber haben sich die latenten Steueransprüche leicht rückläufig entwickelt.

Das **Kurzfristig gebundene Vermögen** lag zum 31. Dezember 2014 bei 169,1 Millionen Euro und bewegte sich damit um 8,8 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau. Dabei ergab sich die einzig nennenswerte Veränderung innerhalb des kurzfristigen Vermögens aus dem über den Stichtag dispositionsbedingt erhöhten Bestand an liquiden Mitteln, der gegenüber dem Vorjahresbetrag einen um 5,6 Millionen Euro höheren Saldo aufwies.

Zum **Nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern. Hintergrund ist, dass nur solche Werbenutzungsrechte als immaterielle Vermögenswerte bilanziert werden, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben wurden. Auf der Absatzseite verfügen wir aufgrund unserer starken Marktposition darüber hinaus über ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist der größte Teil ebenfalls als nicht bilanziertes Vermögen einzustufen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen beliefen sich per 31. Dezember 2014 auf 1.011,6 Millionen Euro (Vj.: 1.062,9 Millionen Euro) und betrafen sowohl Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen als auch Miet- und Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus im Jahr 2014 vertraglich vereinbarten und im Jahr 2015 vollzogenen Anteilerwerben an Unternehmen in Höhe von 5,8 Millionen Euro.

→ Hinsichtlich des nicht bilanzierten Vermögens im Humankapital des Ströer Konzerns verweisen wir auf unsere Berichterstattung im Kapitel „Mitarbeiter“ auf Seite 58

ANGABEN ZUR STRÖER MEDIA SE

Der Lagebericht der Ströer Media SE (vormals: „Ströer Media AG“, im Folgenden kurz: „Ströer SE“) und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2014 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 SE 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, Forschung und 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 SE.

Ertragslage

Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf 31,9 Millionen Euro und konnte damit annähernd an das sehr gute Ergebnis des Vorjahres anknüpfen. Wesentliche Treiber waren wie schon im vorangegangenen Geschäftsjahr mit 46,0 Millionen Euro (Vj.: 47,5 Millionen Euro) die konzerninternen Ergebnisabführungen. Des Weiteren erzielte die Ströer SE ein um 4,2 Millionen Euro verbessertes Ergebnis aus Beteiligungen. Demgegenüber machten sich in den Erträgen aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens die niedrigeren konzerninternen Zinssätze auf Ausleihungen an Tochtergesellschaften deutlich bemerkbar und führten insgesamt zu einem Rückgang von 5,5 Millionen Euro. In den sonstigen betrieblichen Erträgen und im Personalaufwand ergaben sich zudem Ergebniseffekte aus der Übernahme eines konzerninternen Shared Service Centers, die im Saldo jedoch keine wesentliche Auswirkung auf das Ergebnis hatten. Der Steueraufwand bewegte sich mit 5,6 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau, sodass der **Jahresüberschuss** aufgrund der oben beschriebenen verschiedenen gegenläufigen Effekte letztendlich leicht um 2,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr nachgab.

In TEUR	2014	2013
Andere aktivierte Eigenleistungen	87	826
Sonstige betriebliche Erträge	26.699	21.828
Personalaufwand	-21.361	-16.996
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	-5.825	-3.962
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-16.475	-19.524
Erträge aus Beteiligungen	4.500	295
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	2.640	8.132
Ergebnis aus Ergebnisabführungsverträgen	45.952	47.495
Zinsen und ähnliche Aufwendungen/Erträge	-4.339	-4.343
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	31.877	33.752
Außerordentliches Ergebnis	-240	-26
Ertragsteuern	-5.641	-5.033
Sonstige Steuern	-42	-61
Jahresergebnis	25.955	28.631
Gewinnvortrag	48.631	39.987
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-23.744	-19.987
Ausschüttung von Dividenden	-4.887	0
Bilanzgewinn	45.955	48.631

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** haben gegenüber dem Vorjahr um 4,9 Millionen Euro auf 26,7 Millionen Euro zugelegt. Ursächlich für diesen Anstieg waren vor allem die deutlich erhöhten konzerninternen Serviceleistungen, bei denen ein Zuwachs von 4,4 Millionen Euro auf 22,2 Millionen Euro (Vj.: 17,7 Millionen Euro) zu verzeichnen war. Dabei machte sich insbesondere die Übernahme des konzerninternen kaufmännischen Shared Service Centers signifikant bemerkbar. Die konzerninternen Serviceleistungen enthalten neben den kaufmännischen Leistungen in Höhe von 11,8 Millionen Euro (Vj.: 5,1 Millionen Euro) im Wesentlichen auch IT-Serviceleistungen in Höhe von 8,0 Millionen Euro (Vj.: 9,5 Millionen Euro). Darüber hinaus enthalten die sonstigen betrieblichen Erträge auch Erträge aus weiterberechneten Aufwendungen in Höhe von 2,7 Millionen Euro (Vj.: 3,2 Millionen Euro), Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 0,8 Millionen Euro (Vj.: 0,9 Millionen Euro) sowie sonstige übrige Erträge in Höhe von 1,0 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Millionen Euro).

Der **Personalaufwand** der Ströer SE erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 4,4 Millionen Euro auf 21,4 Millionen Euro. Ausschlaggebend für diesen Anstieg war in erster Linie die oben genannte Übernahme des konzerninternen Shared Service Centers. Gleichzeitig trugen auch andere Effekte zu diesem Anstieg bei, wobei diese einzeln betrachtet jedoch von untergeordneter Bedeutung waren.

Die **Abschreibungen** auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens sowie auf das Sachanlagevermögen bezifferten sich auf 5,8 Millionen Euro und lagen damit um 1,9 Millionen Euro über Vorjahr. Nennenswert sind in diesem Zusammenhang wie schon im Vorjahr insbesondere zusätzliche Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände, die im Rahmen der Neuausrichtung der IT-Landschaft angesetzt wurden.

Der **Sonstige betriebliche Aufwand** belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 16,5 Millionen Euro, was einem Rückgang von 3,0 Millionen Euro entspricht. Maßgeblich dazu beigetragen haben die um 2,2 Millionen Euro niedrigeren EDV-Kosten sowie die um 1,2 Millionen Euro zurückgegangenen Rechts- und Beratungskosten.

Die **Erträge aus Beteiligungen** in Höhe von 4,5 Millionen Euro (Vj.: 0,3 Millionen Euro) resultieren insbesondere aus einer Dividendenausschüttung der BlowUp Media GmbH, Köln.

Das **Ergebnis aus Ergebnisabführungsverträgen** in Höhe von 46,0 Millionen Euro (Vj.: 47,5 Millionen Euro) ergibt sich zum größten Teil aus der Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH an die Ströer SE für das Geschäftsjahr 2014. Grundlage dafür ist der im Jahr 2010 geschlossene Ergebnisabführungsvertrag. Die erfreulich hohe Ergebnisabführung ist wie schon im Vorjahr auf die unverändert robuste Geschäftslage der deutschen Ströer Gruppe zurückzuführen.

Die **Erträge aus Ausleihungen** des Finanzanlagevermögens beruhen in erster Linie auf konzerninternen Darlehen, welche die Ströer SE im abgelaufenen Jahr bzw. in den Vorjahren an ihre Tochtergesellschaften ausgereicht hatte. Der deutlich niedriger ausgefallene Ertrag spiegelt unter anderem den Rückgang der Refinanzierungskosten des Ströer Konzerns wider, den wir in Form reduzierter Zinssätze an unsere Tochtergesellschaften weitergegeben haben. Des Weiteren wurden wesentliche Teile der bisherigen Darlehen an unsere Tochtergesellschaften in Polen und in der Türkei in Eigenkapital umgewandelt.

Das **Ergebnis aus Zinsen und ähnlichen Aufwendungen/Erträgen** bewegte sich mit –4,3 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Da von der gesamten Konzernrefinanzierung in einem Volumen von 500 Millionen Euro mit dem Term Loan in Höhe von 250 Millionen Euro der wesentliche Teil auf die Ströer Media Deutschland GmbH entfällt und nur der in geringem Umfang ausgenutzte Teil der Betriebsmittellinien auf die Ströer SE, haben sich die im Vergleich zum Vorjahr deutlich niedrigeren Konzernrefinanzierungskosten bei der Ströer SE nur marginal ausgewirkt und wurden zudem noch durch gegenläufige Effekte überlagert.

→ Für detaillierte Ausführungen zu latenten Steuern verweisen wir auf Abschnitt C.9 im Anhang der Ströer SE

Der **Steueraufwand** liegt mit 5,6 Millionen Euro leicht über Vorjahresniveau. Darin spiegelt sich unter anderem das verbesserte steuerliche Ergebnis des deutschen Organkreises wider, während sich der Rückgang der passiven Steuerlatenzen gegenläufig ausgewirkt hat.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme der Ströer SE ist im Geschäftsjahr 2014 um 27,1 Millionen Euro auf 663,1 Millionen Euro angestiegen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung war mit einem Plus von 15,9 Millionen Euro größtenteils die Veränderung im Finanzanlagevermögen. Weitere Erhöhungen ergaben sich im Wesentlichen mit 5,4 Millionen Euro aus den Forderungen gegen verbundene Unternehmen sowie mit 5,1 Millionen Euro aus dem Bestand an liquiden Mitteln. Bei den Passivpositionen legten insbesondere mit 21,1 Millionen Euro das Eigenkapital, mit 20,1 Millionen Euro die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen sowie mit 4,0 Millionen Euro die Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligungsunternehmen zu. Gegenläufig entwickelten sich sowohl die Rückstellungen als auch die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Beide Positionen schlossen mit einem jeweils um 8,3 Millionen Euro niedrigeren Saldo.

In TEUR	2014	2013
Aktiva		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	13.868	15.925
Finanzanlagen	569.822	553.952
	583.690	569.876
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	61.082	54.052
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	14.375	9.247
	75.457	63.298
Rechnungsabgrenzungsposten	3.924	2.815
Bilanzsumme	663.071	635.989
Passiva		
Eigenkapital	526.665	505.597
Rückstellungen		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	20	32
Steuerrückstellungen	7.568	3.931
Sonstige Rückstellungen	7.161	19.132
	14.749	23.096
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	49.167	57.512
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	5.403	5.713
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	48.411	28.319
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.990	0
	106.971	91.544
Passive latente Steuern	14.686	15.753
Bilanzsumme	663.071	635.989

Vermögensstrukturanalyse

Die **Immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen** sind im Berichtsjahr um 2,1 Millionen Euro auf 13,9 Millionen Euro zurückgegangen. Diese rückläufige Entwicklung resultiert ganz überwiegend aus den Abschreibungen auf Software sowie aus der Abschreibung von Aufwendungen, die im Rahmen der Neuausrichtung unserer IT-Landschaft in Vorjahren aktiviert worden waren.

Die **Anteile an verbundenen Unternehmen** beliefen sich zum Ende des Geschäftsjahres 2014 auf 523,9 Millionen Euro, was einem Anstieg von 69,3 Millionen Euro entspricht. Die zugegangenen Anteile setzten sich im Wesentlichen aus einer Kapitalerhöhung bei der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, in Höhe von 45,0 Millionen Euro sowie bei der polnischen Tochtergesellschaft Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau/Polen, in Höhe von 20,0 Millionen Euro zusammen. Bei beiden Kapitalerhöhungen wurden in einem Umfang von 45,0 Millionen Euro bzw. 20,0 Millionen Euro bereits bestehende Ausleihungen im Wege einer Sacheinlage in das Eigenkapital eingelegt. Darüber hinaus erwarb die Ströer SE im Berichtsjahr weitere 13,9 Prozent der Anteile an der Ballroom International GmbH (vormals: Ballroom International CEE Holding GmbH) zu einem Kaufpreis von etwa 4,6 Millionen Euro.

Die **Ausleihungen an verbundene Unternehmen** sind im abgelaufenen Geschäftsjahr um 53,5 Millionen Euro auf 45,9 Millionen Euro zurückgegangen. Dieser Rückgang beruht in erster Linie auf der oben beschriebenen Einlage von Ausleihungen in das Eigenkapital unserer ausländischen Tochtergesellschaften in der Türkei und in Polen in Höhe von insgesamt 65,0 Millionen Euro. Gleichzeitig hat die polnische Tochtergesellschaft ihr Darlehen um 5,0 Millionen Euro zurückgeführt. Gegenläufig hat sich insbesondere die Gewährung von Darlehen an unsere neu gegründete Tochtergesellschaft Ströer Venture GmbH in Höhe von 10,6 Millionen Euro sowie an die im Berichtsjahr erworbene GIGA Digital AG in Höhe von 2,3 Millionen Euro ausgewirkt.

Die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** beliefen sich zum Ende des Berichtsjahres auf 61,1 Millionen Euro und lagen damit um 7,0 Millionen Euro über dem Vorjahr. Dabei machte sich mit zusätzlichen 5,4 Millionen Euro in erster Linie der Anstieg der Forderungen gegen verbundene Unternehmen bemerkbar, der vorwiegend aus der um 4,7 Millionen Euro gestiegenen Cash-Pooling-Forderung gegenüber der Ströer Digital Group GmbH resultiert. Dagegen bewegte sich die Forderung aus Ergebnisabführung gegenüber der Ströer Media Deutschland GmbH mit 46,9 Millionen Euro nur knapp um 0,6 Millionen Euro unter Vorjahresniveau. Des Weiteren verzeichneten die sonstigen Vermögensgegenstände ein leichtes Plus von 1,6 Millionen Euro, das hauptsächlich auf Forderungen aus steuerlichen Sachverhalten zurückzuführen ist.

Die **Guthaben bei Kreditinstituten** lagen zum Stichtag mit 14,4 Millionen Euro um 5,1 Millionen Euro über dem Vergleichswert des Vorjahres.

Der **Rechnungsabgrenzungsposten** beträgt zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres im Saldo 3,9 Millionen Euro, was einem Anstieg von 1,1 Millionen Euro entspricht. Ausschlaggebend dafür war vornehmlich die Aktivierung von Kosten, die im April 2014 im Rahmen der neu abgeschlossenen Refinanzierung angefallen sind und über die Darlehenslaufzeit von 5 Jahren aufgelöst werden.

Finanzstrukturanalyse

Das **Eigenkapital** der Ströer SE ist im Geschäftsjahr 2014 um 21,1 Millionen Euro auf 526,7 Millionen Euro angestiegen. Ursächlich für diesen Anstieg ist vor allem der im Berichtsjahr erzielte Jahresüberschuss in Höhe von 26,0 Millionen Euro. Im Gegensatz dazu wirkte sich die unterjährige Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 4,9 Millionen Euro an die Aktionäre der Ströer SE eigenkapitalmindernd aus. Die Struktur des Eigenkapitals hat sich dahingehend geändert, dass mit Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014 insgesamt 23,7 Millionen Euro aus dem Bilanzgewinn in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt wurden, während ein Betrag in Höhe von 20,0 Millionen Euro auf neue Rechnung vorgetragen wurde. Die Eigenkapitalquote der Ströer SE ist mit 79,4 Prozent (Vj.: 79,5 Prozent) weiterhin sehr komfortabel.

→ Für weitere Ausführungen
verweisen wir auf unsere
Liquiditätsanalyse im
nachfolgenden Abschnitt

Die **Rückstellungen** der Ströer SE haben sich im Vergleich zum Vorjahresbetrag rückläufig entwickelt und fielen mit 14,7 Millionen Euro um 8,3 Millionen Euro niedriger aus. Wesentlich dazu beigetragen haben die Rückstellungen für erfolgsabhängige Kaufpreisverpflichtungen (Earn-Out-Verpflichtungen), die vor allem aufgrund von Inanspruchnahmen um 11,0 Millionen Euro zurückgegangen sind. Gleichzeitig reduzierten sich auch die Rückstellungen für drohende Verluste in einem Umfang von 1,7 Millionen Euro, da die in Vorjahren abgeschlossenen Zinssicherungsinstrumente zum Jahresende 2014 nahezu vollständig ausgelaufen sind. Demgegenüber war bei den Steuer-rückstellungen ein Zuwachs um 3,6 Millionen Euro auf 7,6 Millionen Euro zu verzeichnen. In diesem Zusammenhang machte sich unter anderem das verbesserte steuerliche Ergebnis des deutschen Organkreises bemerkbar.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** beliefen sich zum Ende des Berichtszeitraums auf 49,2 Millionen Euro und lagen damit um 8,3 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert. Ausschlaggebend dafür war in erster Linie eine geringere Inanspruchnahme von Betriebsmittellinien.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** und die **Sonstigen Verbindlichkeiten** haben sich gegenüber dem Vorjahr nur marginal verändert und lagen in Summe mit 5,4 Millionen Euro nur um 0,3 Millionen Euro unter dem Vorjahresbetrag.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** bezifferten sich zum Stichtag auf 48,4 Millionen Euro, was einem Anstieg von 20,1 Millionen Euro entspricht. Von diesem Anstieg entfallen 19,7 Millionen Euro auf gestiegene Verbindlichkeiten aus dem Konzern-Cash-Pooling, für das die Ströer SE als Cash-Pool-Träger agiert.

Liquiditätsanalyse

In Mio. EUR	2014	2013
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	27,6	5,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-28,5	-56,6
Free Cash-Flow	-0,9	-51,2
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	6,1	57,4
Mittelveränderung	5,1	6,2
Mittelbestand am Ende der Periode	14,4	9,2

Die Ströer SE erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen **Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit** in Höhe von 27,6 Millionen Euro, was einem Anstieg um 22,1 Millionen Euro entspricht. Ausschlaggebend dafür war vornehmlich die mit 47,5 Millionen Euro um 17,1 Millionen höhere Einzahlung aus Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH. Darüber hinaus war das Vorjahr noch durch erhebliche Steuernachzahlungen für vorangegangene Veranlagungszeiträume gekennzeichnet, die aufgrund eines einmaligen Steuereffekts in einem Umfang von etwa 9,8 Millionen Euro angefallen waren. Demgegenüber haben sich die Steuerrückstellungen im Jahr 2014 sogar leicht erhöht.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** ist im abgelaufenen Geschäftsjahr um 28,1 Millionen Euro auf -28,5 Millionen Euro zurückgegangen. War der Investitions-Cash-Flow im Vorjahr noch von umfangreichen Anfangsinvestitionen in den Aufbau des Digital-Segments gekennzeichnet, so betrafen die Investitionsauszahlungen im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 10,9 Millionen Euro im Wesentlichen die Begleichung noch offener Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben des Vorjahres sowie mit 10,6 Millionen Euro die deutlich erhöhten Ausleihungen an die Ströer Venture GmbH. Auch die übrigen Investitionsauszahlungen entfallen vornehmlich auf zusätzliche konzerninterne Ausleihungen.

Der **Free Cash-Flow** – definiert als Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich des Cash-Flow aus Investitionstätigkeit – belief sich im Geschäftsjahr 2014 auf –0,9 Millionen Euro und verbesserte sich damit gegenüber dem Vorjahr um 50,2 Millionen Euro.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** ist deutlich von dem stark verbesserten Free Cash-Flow gekennzeichnet. Gleichzeitig verzeichnete die Ströer SE noch zusätzliche Einzahlungen aus dem Cash-Pool sowie Einzahlungen aus Beteiligungsunternehmen. Die Auszahlungen betrafen einerseits die um 8,0 Millionen Euro auf 49,0 Millionen Euro zurückgeführte Betriebsmittellinie sowie die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre der Ströer SE in Höhe von 4,9 Millionen Euro.

Der **Bestand an liquiden Mitteln** lag zum Bilanzstichtag mit 14,4 Millionen Euro aus Dispositionsgründen leicht um 5,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

Das **Nettofinanzvermögen** der Ströer SE setzte sich wie folgt zusammen:

In Mio. EUR	31.12.2014	31.12.2013
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	–49,0	–57,0
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (inkl. konzerninterner Finanzverbindlichkeiten)	–49,5	–29,7
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	–98,5	–86,7
(3) Konzerninterne lang- und kurzfristige Finanzforderungen	100,8	148,9
(1)+(2)–(3) Finanzverbindlichkeiten (abzüglich konzerninterner Finanzforderungen)	2,4	62,2
(4) Liquide Mittel	14,4	9,2
(1)+(2)–(3)–(4) Nettofinanzvermögen	16,7	71,4
Eigenkapitalquote (in %)	79,4	79,5

Das Nettofinanzvermögen ist gegenüber dem Vorjahr (71,4 Millionen Euro) um 54,7 Millionen Euro auf 16,7 Millionen Euro zurückgegangen. Zwar hat sich der Free Cash-Flow gegenüber dem Vorjahr maßgeblich um 50,2 Millionen Euro erhöht und spiegelt damit die deutlich verbesserte Liquiditätssituation der Ströer SE wider, jedoch wird diese positive Entwicklung durch die Einlage von konzerninternen Darlehen in das Eigenkapital unserer türkischen und polnischen Tochtergesellschaften überlagert. Trotz dieses technischen Effekts verfügt die Ströer SE weiterhin über ein positives Nettofinanzvermögen und damit über eine äußerst stabile Finanzstruktur.

Die Ströer SE ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung des gesamten Ströer Konzerns verbunden. Aufgrund der komfortablen Eigenkapitalquote, der weiterhin sehr positiven Ergebnisse ihrer Tochtergesellschaften und des deutlich verbesserten Free Cash-Flow ist die Gesellschaft nach unserer Überzeugung ebenso wie der gesamte Konzern für zukünftige Herausforderungen bestens aufgestellt.

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer SE 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 das Jahr 2015 davon aus, dass die Tochtergesellschaften insgesamt noch höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften und die Ströer SE damit zukünftig Jahresergebnisse auf einem noch höheren Niveau erzielen wird.

INFORMATIONEN ZUR AKTIE

Trotz einiger kräftiger Schwankungen entwickelte sich der DAX im Jahr 2014 überaus positiv und erreichte im Dezember den Rekordhöchststand von 10.087,12 Punkten. Der Anstieg wurde durch die niedrigen Leitzinsen sowie die expansive Geldpolitik der EZB gestützt. Insgesamt verzeichnete der DAX ein Wachstum von zirka 3 Prozent im Vergleich zu Beginn des Jahres.

Die Ströer Aktie hat sich im Berichtsjahr 2014 weit überdurchschnittlich entwickelt und im SDAX die beste Performance erreicht. Gegenüber dem Schlusskurs im Jahr 2013 bei rund 12,90 Euro (Stand 30.12.2013) schloss die Aktie im Berichtsjahr 2014 bei 24,72 Euro (Stand 30.12.2014). Dies entspricht einem Anstieg von über 90 Prozent über den gesamten Jahresverlauf.

Die Ströer Aktie im Jahr 2014 im Vergleich zum SDAX und DAXsector Media



*2.1.2014 = 100, Kursverläufe indiziert, Schlusskurse XETRA
Quelle: Bloomberg

Gezielte Investor Relations

Neben der Einhaltung gesetzlicher Publizitätsanforderungen ist es unser Ziel, durch kontinuierlichen und persönlichen Kontakt mit Analysten, Investoren sowie interessierten Kapitalmarktteilnehmern einen vertrauensbildenden und transparenten Dialog zu gewährleisten.

Durch Roadshows, Meetings in unserer Konzernzentrale sowie regelmäßigen telefonischen Kontakt informieren wir über aktuelle Entwicklungen. Der aktive Dialog mit den Kapitalmarktteilnehmern trägt außerdem zur Optimierung unserer Investor-Relations-Arbeit bei, um einen nachhaltigen Shareholder Value zu garantieren.

Wir werten fortlaufend unsere Aktionärsstruktur aus und passen unsere Roadshow-Ziele daran an. Im Berichtsjahr waren dies insbesondere Frankfurt am Main, London und New York. In regelmäßigen Abständen besuchen wir auch Paris, Zürich, Skandinavien sowie die Westküste der USA.

Darüber hinaus veranstalten wir Capital Market Days, Analyst Days oder Lender Days, um individuelle Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven des Kapitalmarktes zu adressieren. Außerdem schätzen wir den persönlichen Dialog mit Privataktionären, den wir auch durch unsere Teilnahme an öffentlich zugänglichen Aktionärsforen intensiv wahrnehmen.

Weiteres zentrales Kommunikationsmittel ist unsere Website <http://ir.stroer.de>, auf der wir zeitnah kapitalmarktrelevante Informationen und Dokumente zur Verfügung stellen.

Ordentliche Hauptversammlung

Am 18. Juni 2014 fand die diesjährige ordentliche Hauptversammlung der Ströer Media AG im Congress-Centrum der Koelnmesse mit rund 60 Anteilseignern, Gästen und Vertretern der Presse statt. Insgesamt waren nahezu 75 Prozent des Grundkapitals vertreten. Alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden mit Mehrheiten von über 80 Prozent angenommen. Hierzu zählte auch die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,10 Euro pro dividendenberechtigter Stückaktie.

Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer Media SE ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit September 2010 im Auswahlindex SDAX gelistet. Auf Basis des Schlusskurses vom 30. Dezember 2014 beträgt die Marktkapitalisierung rund 1,2 Milliarden Euro. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen in den ersten zwölf Monaten dieses Jahres liegt bei gut 70.000 Stück. Im Vergleich zum letzten Jahr hat sich das tägliche Handelsvolumen an den deutschen Börsen fast verdoppelt.

Analystenstudien

Die Ströer Media SE wird von zwölf Analyistentteams begleitet. Von den Einschätzungen zum Ende der zwölfmonatigen Berichtsperiode dieses Jahres lauten zehn ‚Kaufen‘ und zwei ‚Halten‘. Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter <http://ir.stroeer.de> eingesehen und der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investmentbank	Empfehlung*
Berenberg Bank	Halten
Citigroup Global Markets	Kaufen
Close Brothers	Kaufen
Commerzbank	Kaufen
KeplerCheuvreux	Kaufen
Deutsche Bank	Kaufen
ExaneBNP	Kaufen
Goldman Sachs	Kaufen
Hauck & Aufhäuser	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
Liberum	Kaufen
Morgan Stanley	Halten

*Stand 30.12.2014

Aktionärsstruktur

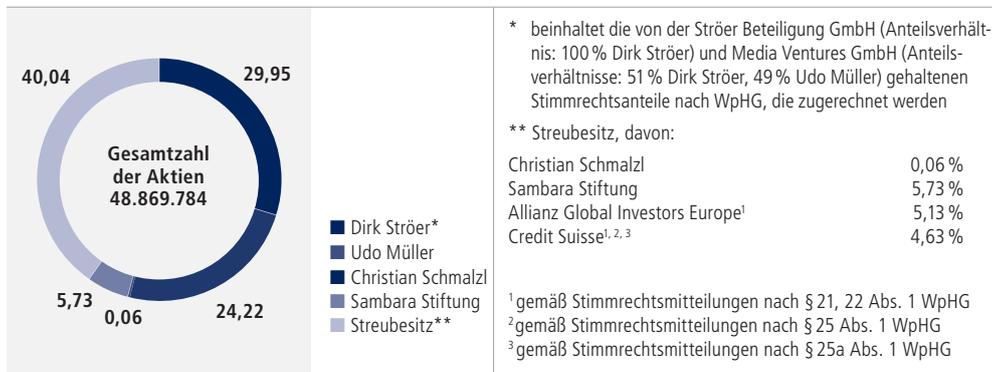
Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 24,22 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats hält 29,95 Prozent und Christian Schmalzl hält rund 0,06 Prozent der Aktien an der Ströer Media SE. Der Streubesitz beträgt rund 40 Prozent.

Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts am 16. März 2015 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer Media SE von über 3 Prozent bekannt: Sambara Stiftung 5,73 Prozent, Allianz Global Investors Europe 5,13 Prozent und Credit Suisse 4,63 Prozent.

Die aktuelle Aktionärsstruktur kann jederzeit online unter <http://ir.stroeer.de> abgerufen werden.

Aktionärsstruktur der Ströer Media SE

In %



Dividendenpolitik

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat die Ströer Media SE zum ersten Mal eine 0,10-Euro-Dividende pro dividendenberechtigter Stückaktie ausgeschüttet. Die Ströer Media SE beabsichtigt die Aktionäre weiterhin an einer erfolgreichen Gewinnentwicklung zu beteiligen.

Kenndaten der Ströer Media SE Aktie

Grundkapital	48.869.784 EUR
Anzahl der Aktien	48.869.784
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
Erstnotierung	15. Juli 2010
ISIN (International Securities Identification Number)	DE0007493991
WKN (Wertpapierkennnummer)	749399
Börsenkürzel	SAX
Ticketsymbol Reuters	SAXG.DE
Ticketsymbol Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Prime Standard
Index	SDAX
Designated Sponsors	Close Brothers Seydler Bank AG
Jahresanfangskurs 2014 (2. Januar)	12,53 EUR
Jahresendkurs 2014 (30. Dezember)*	24,72 EUR
Höchstkurs 2014 (20. November)*	24,85 EUR
Tiefstkurs 2014 (19. März)*	11,96 EUR

*XETRA-Schlusskurs in EUR

MITARBEITER

Die Entwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter ist entscheidend für den Erfolg der Ströer Gruppe. Wesentliches Instrument ist unser qualifiziertes On-the-Job-Training. Der demographische 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. Deshalb sind engagierte und kompetente Beschäftigte eine wichtige Grundlage für unternehmerischen Erfolg, für Innovationsfähigkeit und Wertsteigerung. Ströer möchte sicherstellen, dass Mitarbeiter sich langfristig an das Unternehmen binden und sich mit ihm identifizieren. Entsprechend großen Wert legt Ströer darauf, die Attraktivität als Arbeitgeber über eine nachhaltige Personalpolitik und flexible Arbeitszeitmodelle zu gewährleisten.

Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Jahresende 2.380 (Vj.: 2.223) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Der Anstieg von zirka 150 Stellen ist auf den Digitalbereich in Deutschland zurückzuführen. Im nächsten Jahr rechnen wir mit steigenden Mitarbeiterzahlen insbesondere durch den weiteren Aufbau unserer Vertriebsstruktur.

Betriebszugehörigkeit

Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 7,4 Jahre (Vj.: 7,9 Jahre) im Ströer Konzern beschäftigt. Der Rückgang ist durch die Einbeziehung der Mitarbeiter im Unternehmensbereich Digital zu erklären.

Altersverteilung

Wir verfügen über eine ausgewogene Altersstruktur. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme an uns zu binden und sie langfristig für unser Unternehmen zu begeistern. Dabei arbeiten sie mit Mentoren zusammen, die sie auf ihrem Weg begleiten und dabei selber auf eine umfassende berufliche Erfahrung zurückblicken können.

Geschlechterverteilung

Der Anteil weiblicher Beschäftigter ging um 1,9 Prozent zurück, bewegte sich damit aber weiterhin auf hohem Niveau. Zum Jahresende waren in etwa gleich viele Frauen und Männer in der Ströer Gruppe beschäftigt. Dies ist nicht zuletzt das Resultat unserer attraktiven Arbeitszeitmodelle, die bspw. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern und die uns als modernes Unternehmen auszeichnen.

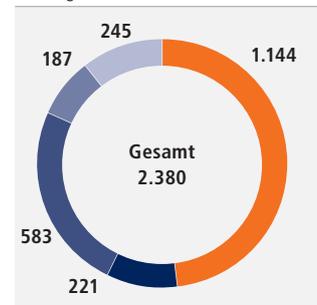
Ausbildung

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir auch im Jahr 2014 konsequent verfolgt. Ströer bildet zum Stichtag in den Berufsbildern Mediengestalter Digital & Print, Kaufleute für Büromanagement, Kaufleute für Marketingkommunikation und Fachinformatiker bundesweit insgesamt 64 Nachwuchskräfte aus. Die Anzahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Im Laufe des Jahres 2014 haben wir in Deutschland 28 neue Auszubildende/BA-Studenten eingestellt.

Die Auszubildenden werden in unserer Konzernzentrale und in größeren Regionalniederlassungen praxisnah ausgebildet. Neben der klassischen Berufsausbildung bietet Ströer auch duale Studienplätze (BA-Studium) an, deren Anzahl sich derzeit im zweistelligen Bereich befindet. Zudem bietet es dem Unternehmen vielfältige Möglichkeiten der Nachwuchsentwicklung.

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2014

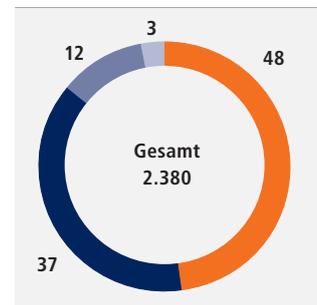


- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Ströer Digital
- Sonstige¹⁾
- Holding

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Altersverteilung Ströer Konzern

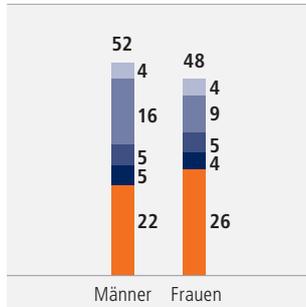
2014 in %



- < 35 Jahre
- 36–50 Jahre
- 51–60 Jahre
- > 60 Jahre

Geschlechterverteilung der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

2014 in %



- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Holding
- Ströer Digital
- Sonstige¹⁾

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Ströer bietet den BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme an. Im Jahr 2014 konnten wir erneut eine Vielzahl junger Talente in den verschiedensten Unternehmensbereichen übernehmen.

Mit der Rekrutierung für den nächsten Ausbildungsjahrgang 2015 haben wir bereits Ende 2014 begonnen.

Im letzten Jahr haben wir deutschlandweit erfolgreich die Vertrauensarbeit eingeführt, begleitend dazu sollen in Zukunft außerdem Zielvereinbarungen eingeführt werden. Dadurch möchten wir dem Arbeitnehmer auch ermöglichen Arbeitszeit und Privatleben besser zu vereinbaren sowie unternehmerische Ziele eigenverantwortlich umzusetzen.

Ströer legt damit die Grundsteine für eine offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir sind der Ansicht, dass hierdurch die Effizienz der Mitarbeiter und die Zufriedenheit wesentlich gesteigert werden können.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert die Struktur und Höhe der Vergütungen von Vorstand und Aufsichtsrat. Er berücksichtigt mit der in der Entsprechenserklärung der Gesellschaft gemäß § 161 AktG vom 15.12.2014 bezeichneten Ausnahme 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 2014 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.

Die variablen Vergütungen für das Geschäftsjahr 2014 orientierten sich an folgenden Kennzahlen bzw. Zielvorgaben:

Short Term Incentives (STI)

- Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit

Long Term Incentives (LTI)

- Kapitalrendite
- Umsatzwachstum
- Aktienkurs

Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

Kapitalrendite auf Basis adjusted EBIT/Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung eines Zeitraums von drei Jahren ab. Benchmark hierfür ist die Erzielung einer Verzinsung in Höhe der Kapitalkosten des Unternehmens. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 275. Die Vergütung kann maximal den doppelten Betrag erreichen, wofür eine deutlich über den Kapitalkosten liegende Verzinsung in der Dreijahresperiode zu erreichen wäre. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Umsatzwachstum

In einem Dreijahreszeitraum wird das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft verglichen mit dem durchschnittlichen Wachstum des Werbemarktes, gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Bruttoinlandsprodukts in den von der Gesellschaft bearbeiteten Märkten. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 307. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Dreijahreszeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Aktienkurs

Dieser LTI-Bestandteil ist abhängig von der Entwicklung des Aktienkurses der Gesellschaft über einen Vierjahreszeitraum gegenüber einem festgelegten Referenzkurs zu Beginn dieses Zeitraums. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der für das Jahr 2014 zugesagte Betrag auf TEUR 226, was zum Stichtag einer Anzahl von 16.962 virtuellen Aktienoptionen mit jeweiligem Zeitwert von EUR 23,62 entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vierjahreszeitraums erhöht im gleichen prozentualen Verhältnis die Vergütung dieses Gehaltsbestandteils bis auf maximal den doppelten Betrag. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Nach Wahl des jeweiligen Vorstandsmitglieds kann die Vergütung 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 Vorstandsvergütungen auf ein angemessenes Maß herabzusetzen.

Aktienbasierte Vergütungen

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2013 erstmals Aktienoptionen im Rahmen eines Aktienoptionsprogramms gewährt. Die Aktienoptionen stellen weitere langfristige Vergütungskomponenten dar. Hierdurch sollen Leistungsanreize geschaffen werden, die auf Nachhaltigkeit und Langfristigkeit des Unternehmenserfolgs ausgerichtet sind. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren.

Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an das operative EBITDA des Konzerns geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Mit Beschluss vom 14. Mai 2010 hat die Hauptversammlung für eine Dauer von fünf Jahren auf die Offenlegung der Vergütung jedes einzelnen Vorstandmitglieds verzichtet. Die Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2014 (2013) ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Für 2014 (2013) gewährte Zuwendungen		2014	2014
In EUR	2013	2014	Erreichbarer Minimalwert Erreichbarer Maximalwert
Festvergütung	2.240.000	2.070.800	2.070.800 2.070.800
Nebenleistungen	490.000	238.000	238.000 238.000
Summe	2.730.000	2.308.800	2.308.800 2.308.800
Einjährige variable Vergütung (bei Zielerreichung von 100 %)	1.280.000	852.000	0 1.006.000
Abfindungen	400.000	0	0 0
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeitsszenario)			
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	257.380	412.500	0 549.900
LTI „Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	714.400	614.700	0 614.700
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	481.500	452.900	0 452.900
LTI „Sonstige“ (4 Jahre)	0	55.000	0 55.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)*	1.453.280	1.535.100	0 1.672.500
Gesamtvergütung	5.863.280	4.695.900	2.308.800 4.987.300

Zu LTI „Sonstige“:

Die Vergütung von TEUR 55 an ein Mitglied des Vorstands ist abhängig vom Verbleib im Unternehmen über einen Zeitraum von 4 Jahren. Bei frühzeitigem Ausscheiden ist die Vergütung insgesamt zurück zu zahlen.

***Zu „Aktienbasierte Bezugsrechte“:**

2013: 1.400.000 Aktienoptionen zu je EUR 1,41 gewichteter Zeitwert bei Gewährung

2014: 554.700 Aktienoptionen zu je EUR 3,61 gewichteter Zeitwert bei Gewährung

Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung**Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung****Altersversorgung**

Es bestehen keine Versorgungszusagen bzw. anderweitige Altersversorgungen.

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**

Für einen Vorstand ist geregelt, dass im Falle einer Beendigung des Anstellungsvertrags durch die oder auf Veranlassung der Gesellschaft die Festvergütung und die variable Vergütung für die vereinbarte Vertragslaufzeit als Abfindung gezahlt werden.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Mit Ausnahme eines Vorstandsmitglieds ist für die übrigen Vorstandsmitglieder ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart. Für die Dauer des Wettbewerbsverbots zahlt die Gesellschaft pro volles 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 sowie Sitzungsgelder und Auslagenerstattungen.

In EUR	Jahresvergütung	Sitzungsgeld je Sitzung
Vorsitzender des Aufsichtsrats	60.000,00	500,00
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats	40.000,00	500,00
Vorsitzender des Prüfungsausschusses	40.000,00	500,00
Mitglied des Prüfungsausschusses	30.000,00	500,00
Mitglied des Aufsichtsrats	25.000,00	500,00

Die Gesamtvergütung im Geschäftsjahr 2014 betrug EUR 199.542 (ohne etwaige Umsatzsteuer).

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die umfassende Risikoeinschätzung des Vorstands. Im Vordergrund unserer Risikostrategie steht nicht die strikte Vermeidung von Risiken. Vielmehr geht es uns darum sicherzustellen, dass unsere unternehmerischen Entscheidungen auf wohlinformierten Abwägungen von Chancen und Risiken beruhen. Gleichzeitig gilt es Risiken rechtzeitig zu identifizieren, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, um hier umgehend Maßnahmen zur Vermeidung oder Begrenzung von Risiken einleiten zu können. Grundsätzlich erwarten wir von jedem Mitarbeiter einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken.

Um unserer Risikostrategie besser gerecht werden zu können, haben wir im Berichtsjahr unseren Risikomanagementprozess überarbeitet. Dabei ging es insbesondere um eine Straffung und Verschlankeung des Prozesses und des Risikoberichtswesens, um die Diskussion der Mitarbeiter und das Augenmerk des Vorstands stärker auf die wesentlichen Risikosachverhalte zu lenken.

Nach unserer Einschätzung sind die derzeit identifizierten und im Folgenden beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir überzeugt, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist und die sich bietenden Chancen nutzen wird. Trotz der uneinheitlichen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Kernmärkten werden sich nach Erwartungen des Vorstands die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr insgesamt stabil zeigen. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und von internen Maßnahmen zur notwendigen Anpassung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

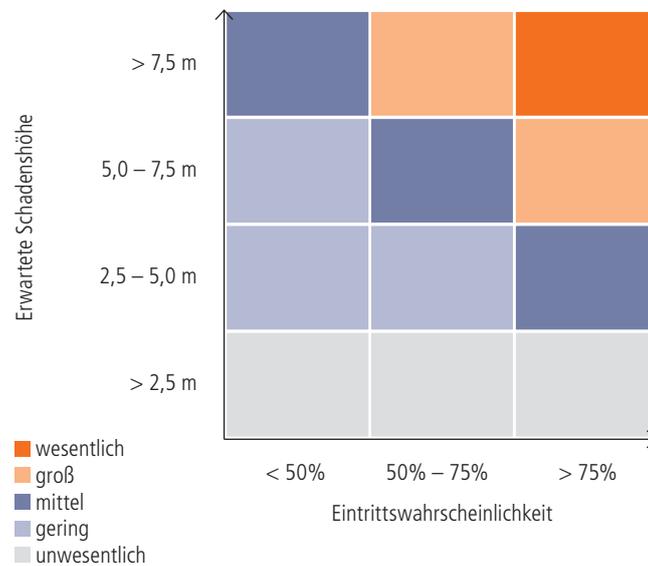
Chancen- und Risikomanagementsystem

Unser Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. Das Chancenmanagement von Ströer orientiert sich an den aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Erfolgsfaktoren. In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente zeichnen sich für das Chancenmanagement das operative Management in den Geschäftsbereichen in enger Abstimmung mit den Zentralbereichen und dem Vorstand verantwortlich. Das regelmäßige Managen von Chancen ist integraler Bestandteil des Planungs- und Kontrollprozesses.

Daneben betreibt Ströer ein konzernweites Risikomanagement, das im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen gemäß § 91 Abs. 2 AktG steht. Der Risikokonsolidierungskreis entspricht dem Konzernkonsolidierungskreis.

Der im Berichtsjahr optimierte Chancen- und Risikobericht beinhaltet die Identifikation, Bewertung, Steuerung und Überwachung von Kernrisiken. Zu diesen Risiken zählen alle Sachverhalte, die eine signifikante Bedrohung unserer Erfolgsfaktoren darstellen und eine materielle Auswirkung auf unsere Ergebnis- oder Liquiditätssituation haben können. Sie lassen sich anhand ihres Schadenserwartungswerts einzelnen Risikoklassen zuordnen (wesentlich, groß, mittel, gering, unwesentlich), an die wiederum verschiedene Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Der Schadenserwartungswert wird im Rahmen eines Regelprozesses gruppenweit einheitlich nach den Dimensionen „Erwartete Schadenshöhe auf Ertrag (EBITDA) und/oder Cash-Flow“ sowie „Eintrittswahrscheinlichkeit“ bewertet. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Skalen dieser beiden Dimensionen (Erwartete Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie die daraus abgeleitete Risikomatrix.

Entsprechend der Kombination aus erwarteter Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit wird der Schadenserwartungswert (SEW) des Risikos als wesentlich, groß, mittel, gering oder unwesentlich klassifiziert.



Für jeden Geschäftsbereich gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen, der die Risikosituation seines Bereichs dezentral managt und an das Group Risk Management berichtet. Innerhalb der Geschäftsbereiche gibt es Verantwortliche (Risk Owner) für die verschiedenen Risikobereiche, die an den jeweiligen Risikoverantwortlichen des Geschäftsbereichs berichten.

Um eine enge Verzahnung mit operativen und finanzwirtschaftlichen Fragestellungen sicherzustellen, ist das Group Risk Management im Zentralbereich Group Controlling angesiedelt. Es besitzt die Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher und informiert turnusmäßig den Vorstand und Aufsichtsrat über die aktuellen Risiken des Konzerns. Der regelmäßig erstellte interne Risikobericht geht auf die verschiedenen Ursachen der Kernrisiken, ihre Eintrittswahrscheinlichkeiten und Auswirkungen (Brutto- und Nettobewertung) ein. Zudem informiert er über die Veränderungen der Risikoprofile im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die außerhalb der Termine des Regelprozesses identifiziert werden und die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Ad-hoc-Berichterstattung verpflichtet.

Das Risikomanagement wird in regelmäßigen Abständen auf Effektivität überprüft und gegebenenfalls verbessert. Darüber hinaus beurteilt der Abschlussprüfer regelmäßig im Rahmen der Jahresabschlussprüfung, ob das Risikomanagementsystem geeignet ist die den Fortbestand des Unternehmens gefährdenden Risiken frühzeitig zu erkennen. Über die Ergebnisse berichtet er an Vorstand und Aufsichtsrat.

Internes Kontrollsystem

Einen wichtigen Teil des Risikomanagements stellt das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe dar. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassende Einheit und lehnen uns dabei an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem (IKS) und zum Risikomanagementsystem 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 die Ströer Gruppe maßgeblichen rechtlichen Vorschriften gerichtet sind. Des Weiteren soll das interne Kontrollsystem die Berichterstattung unterstützen, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Ströer Gruppe zu vermitteln.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess haben wir folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

- Der Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.
- Alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sind über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation eingebunden.
- Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit definiert.

Wir erachten solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns maßgeblich beeinflussen können. Hierzu zählen folgende Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Konzernrechnungslegungsprozess,
- Kontrollen zur Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses und die daraus resultierenden Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen wesentlichen Gesellschaften,
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der im Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses (respektive des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns) generieren,
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige, EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen,
- Maßnahmen zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems und
- festgelegte Kommunikationswege, um zeitnah und vollständig Kontrollveränderungen zu übermitteln.

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).

Aus der Gesamtheit der identifizierten Chancen und Risiken werden nachfolgend jene Bereiche dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Prognosezeitraum in wesentlichem Umfang positiv oder negativ beeinflussen können. Gemäß der oben erwähnten Bewertung nach erwarteter Schadenshöhe in Bezug auf das erwartete EBITDA und/oder Cash-Flow sowie Eintrittswahrscheinlichkeit wird für die folgenden Risiken die entsprechende Klassifizierung des Schadenserwartungswerts des Risikos angegeben (z. B. „SEW mittel“).

Marktrisiken (SEW: mittel)

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung kann sich unter anderem aufgrund politischer Unwägbarkeiten oder neuerlicher Finanzmarkturbulenzen schlechter darstellen, als im Rahmen unserer Prognose unterstellt. Dies stellt aufgrund der Konjunkturabhängigkeit des Werbemarktes für alle Segmente der Ströer Gruppe ein Risiko dar, dessen Materialisierung dazu führen könnte, dass die Ströer Gruppe ihre Umsatz- und Ergebnisziele nicht erreicht.

Besondere konjunkturelle Risiken sehen wir dabei für den türkischen Werbemarkt, der zu Beginn des Jahres 2015 sowohl von innenpolitischen Unsicherheiten als auch der Gefahr weiterer geopolitischer Eskalationen an den Südgrenzen der Türkei Richtung Syrien und Irak belastet ist.

Im Beschaffungsbereich könnten sich signifikante Planabweichungen vor allem durch den Verlust von Werberechtskonzessionen in der Außenwerbung oder von großen Publisher-Verträgen im Digitalbereich ergeben. Von Nachteil wäre auch eine Verzögerung der Genehmigungsprozesse, ein

Kostenanstieg zur Erlangung notwendiger Baugenehmigungen oder eine Ablehnung attraktiver Standorte durch die Genehmigungsbehörden. Im Bereich der Online-Medien besteht grundsätzlich das Risiko, dass die im Portfolio befindlichen Webseiten – unter anderem aufgrund von Konkurrenzangeboten – weniger Nutzerinteresse auf sich ziehen als erwartet. Eine geringer als erwartet ausfallende Zahl von Unique Visitors bzw. Unique Users oder Ad Impressions kann die Erlöse aus der Reichweitenvermarktung beeinträchtigen. Diese Gefahren sind aber durch unser im Außenwerbe- wie auch im Digitalgeschäft sehr breit aufgestelltes Portfolio sehr begrenzt.

Beschaffungsrisiken können sich zudem aufgrund möglicher Preiserhöhungen bei Vorprodukten und Energie oder Preisvolatilitäten ergeben. Denkbar wären auch Ausfälle von Schlüssellieferanten oder Qualitätsprobleme bei Zulieferprodukten. Um das Risiko zu begrenzen, setzen wir auf eine produktübergreifende Standardisierung der Komponenten und eine Mehrquellenbeschaffungsstrategie.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich Planabweichungen in den einzelnen Segmenten durch mögliche Erlöseinbußen bei der Auftragserteilung gewichtiger Werbungtreibender oder Agenturen, durch Kundenverluste im intra- und intermedialen Wettbewerb oder durch reduzierte Margen infolge steigender Rabatte in der Medienbranche ergeben. In diesem Zusammenhang werten wir regelmäßig unsere Vertriebsaktivitäten aus und treffen entsprechende Maßnahmen, um dem bestehenden Rabattdruck entgegenzuwirken.

Ein sich beschleunigender Trend im Internet-Surfverhalten der Nutzer weg von stationären Computern hin zu mobilen Endgeräten stellt insbesondere den Bereich der Online-Display-Werbevermarktung vor Herausforderungen. Diesem Risiko begegnen wir insbesondere mit einem Ausbau unserer mobilen Vermarktungsaktivitäten.

Für die Online-Vermarktung stellen zudem vermehrt genutzte Ad-Blocker ein Risiko dar. Für die performanceorientierten Bereiche unserer Online-Vermarktungsaktivitäten kann eine Weiterverbreitung dieser Technologien einen hemmenden Einfluss auf die Entwicklung der Werbeerlöse haben. Wir arbeiten an technologischen Maßnahmen sowie einer verstärkten Kommunikation mit verschiedenen Partnern der Werbewirtschaft.

Politische und rechtliche Risiken (SEW: mittel)

Die anhaltende Diskussion zu datenschutzrechtlichen Themen in Politik und Gesellschaft stellt ein Risiko für unsere digitalen Geschäftsaktivitäten dar, in denen gerade die Verarbeitung von Daten ein zentrales Element ist. Unsicherheit kommt hier insbesondere aus einer geplanten Datenschutz-Grundverordnung der EU. Hier sind geänderte gesetzliche Rahmenbedingungen z. B. für das Setzen von Cookies oder ähnlicher Technologien in der Diskussion. Auch wenn von derartigen gesetzlichen Neuregelungen nur einzelne Geschäftsmodelle in unserem Portfolio betroffen sein würden und große Datenmengen hauptsächlich anonymisiert genutzt werden, arbeiten wir derzeit an technologischen Maßnahmen, die das Risiko möglicher Erlösminderungen begrenzen sollen.

Darüber hinaus besteht das generelle Risiko einer in den letzten Jahren wiederholt in der politischen Diskussion geforderten Ausweitung von Werbeverboten. Diesem Risiko begegnen wir mit verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen sowie einer sinkenden Abhängigkeit von einzelnen Werbekunden und -branchen.

Prozessrisiken (SEW: unwesentlich)

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Kommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, der in Bezug auf Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit berücksichtigt werden muss. Eine Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnte zu einem Datenverlust und einer Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen kontinuierlichen Nachbesserungsmaßnahmen, die diese Risiken reduzieren sollen.

Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk insbesondere auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger

zusammenhängen. Gleiches gilt für nicht auszuschließende Störungen im Hinblick auf die ordnungsgemäße Arbeitsweise bei der Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie das Reklamations- und Forderungsmanagement.

Mitarbeiter Risiken (SEW: unwesentlich)

Ein Risiko für Ströer liegt in der ungewollten Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, sollten diese nicht oder nicht rechtzeitig durch eigene oder neue Mitarbeiter adäquat ersetzt werden. Wir wirken den Personalrisiken mit einer Reihe etablierter Maßnahmen, wie z. B. einem leistungsbezogenen Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten oder Stellvertretungsregelungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Medienunternehmen konnten wir außerdem durch den Auf- und Ausbau des neuen Segments Digital weiter stärken.

Finanzrisiken (SEW: gering)

Aus der aktuellen Verschuldung resultiert für Ströer ein höheres Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der in den Kreditverträgen mit dem Bankenkonsortium vereinbarten Covenants sowie Informations- und Genehmigungspflichten abhängt. Dieses Risiko hat sich aber im Laufe des Berichtszeitraums durch eine im Frühjahr erfolgte Refinanzierung sowie eine konsequente Entschuldung erheblich reduziert.

Ströer entstehen überdies währungsbedingte Risiken. So besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Transaktionsbedingte Währungsrisiken sind für die Ströer Gruppe aber unbedeutend.

Zinsänderungsrisiken ist die Ströer Gruppe im Wesentlichen im Bereich der langfristigen variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie hinsichtlich der vorhandenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ausgesetzt.

Ein Beteiligungsrisiko resultiert aus möglichen Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen, die sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken können. Es ist nicht vollständig auszuschließen, dass es zu einer Berichtigung von Firmenwerten kommt, sollte die Geschäftsentwicklung einzelner Gesellschaften hinter den Erwartungen zurückbleiben.

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

Sonstige Risiken (SEW: unwesentlich)

Zudem ist die Ströer Gruppe grundsätzlich Kommunikationsrisiken ausgesetzt, die letztlich auch in Reputationsrisiken münden können. Mit der Konzernkommunikation und den Investor Relations verfügen wir jedoch über zwei wichtige Funktionen, um relevante Informationen rechtzeitig den entsprechenden Adressaten zur Verfügung zu stellen und sachgerecht agieren zu können.

Unternehmenskäufe wie der Erwerb mehrerer Unternehmen im Digitalbereich in den vergangenen zwei Jahren beinhalten naturgemäß Risiken, die z. B. aus Kundenabwanderungen, aus ungewollter Mitarbeiterfluktuation, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf oder aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten herrühren können. Wir reduzieren solche Risiken durch entsprechende Analysen und angemessene Steuerungsmaßnahmen. Darüber hinaus verfügt die Ströer Gruppe über umfangreiche Erfahrungen hinsichtlich der Integration neu erworbener Gesellschaften.

Unsere geschäftlichen Aktivitäten müssen mit geltendem Recht in Einklang stehen. Wir vermindern entsprechende Rechtsrisiken durch eine Reihe von Maßnahmen. So wird die Befolgung von Gesetzen über eine von unserer Rechtsabteilung geführte Compliance-Organisation abgesichert. Sie achtet darauf, dass insbesondere kartell- und kapitalmarktrechtliche Regelungen, Regelungen eines integrierten Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen eingehalten werden. Weitere Maßnahmen

→ Weitere Details zu den
Finanziellen Risiken finden Sie im
Konzernanhang im Abschnitt 35

sind die Unterstützung durch Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälte. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen.

Chancensituation

Gesamtwirtschaftliche Chancen ergeben sich aus einer Erhöhung des Nettowerbevolumens in unseren Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen, die stärker ausfällt als in unserer Basisplanung. Dies könnte der Fall sein, wenn sich das gesamtwirtschaftliche Umfeld besser entwickelt als erwartet oder sofern sich Werbebudgets stärker als angenommen auf die Außen- und Online-Werbung verlagern.

Der Strukturwandel in der Werbeindustrie, der sich insbesondere in der fortschreitenden Digitalisierung der Medienangebote niederschlägt, kann im Geschäftsjahr 2015 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts in Printmedien hin zu Online-Medien weiter beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen (Public Video, Desktop, Mobile), wie sie in dieser Form auch nur von der Ströer Gruppe angeboten werden, über unsere Planungen hinaus zulegen. Insgesamt sind wir durch unsere Angebote in der Außenwerbung und im Online-Bereich gut aufgestellt, um unseren Kunden vor dem Hintergrund der anhaltenden Megatrends Digitalisierung, Urbanisierung und steigender Mobilität der Bevölkerung ein optimales Angebot bieten zu können. Hieraus ergeben sich Chancen von stärkeren Marktanteilszuwächsen im intermedialen Wettbewerb, als bislang in unseren Planungen erwartet.

Ebenfalls kann das Buchungsvolumen bei mobiler Werbung – auch in Verbindung mit regional gesteuerten Kampagnen – über die Erwartungen hinaus wachsen. Aufgrund der starken Positionierung im Bereich der Performance-Technologien sowie im angestammten Out-of-Home-Geschäft verfügen wir ferner über besondere Wachstumspotenziale, die aus der stärkeren Kundennachfrage nach contentunabhängiger Werbevermarktung resultieren können.

Strategische Chancen ergeben sich überdies aus dem anhaltenden Konsolidierungsdruck im Online-Werbemarkt. Dank der glaubwürdigen Positionierung der Ströer Gruppe als weitestgehend contentunabhängiges Medienhaus können sich hieraus auch künftig konkrete Chancen auf anorganisches Wachstum ergeben. Durch die fortlaufende Erweiterung des Online-Inventars sowie die nochmalige Verbesserung der Technologieposition können sich – ebenso wie aus dem forcierten internationalen Ausrollen des vollintegrierten Geschäftsmodells – positive Größen- und Synergieeffekte ergeben, die in der Basisplanung noch nicht berücksichtigt sind. Mit unserem voll integrierten Geschäftsmodell sind wir zuversichtlich, uns im Wettbewerb mit den großen verlagsgebundenen Vermarktern und TV-Angeboten noch besser positionieren und Marktanteile gewinnen zu können.

Aus den aktuell weiter verstärkten Integrationsanstrengungen bei unseren zahlreichen Akquisitionen der vergangenen zwei Jahre können sich bislang noch nicht geplante Synergien im Umsatz- wie im Kostenbereich ergeben. Auch der verstärkte Austausch von technologischem Know-how zwischen den neu erworbenen Einheiten bietet zusätzliche Chancen, unsere Position in diesem Bereich weiter zu verbessern.

Wichtiger Erfolgsfaktor hierfür ist die Qualität des Portfolios an Werbeträgern. Aus der engen Partnerschaft mit Städten und Betreibern von Bahnhöfen im Bereich der Außenwerbung sowie mit Publishern im Online-Segment können unter Umständen national wie international zusätzliche Potenziale ausgeschöpft werden. Sowohl in Deutschland als auch in der Türkei und Polen besitzt die Ströer Gruppe eine exponierte Position, die ihr die aktive Gestaltung der Außenwerbe- und Online-Märkte erlaubt. Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir darüber hinaus aus unserem in jüngster Zeit deutlich verstärkten regionalen Vertriebsauftritt. Hier könnten sich in einem stärker als bislang erwarteten Ausmaß Synergien zwischen digitalen und analogen Angeboten ergeben.

PROGNOSEBERICHT¹⁾

Gesamtaussage des Vorstands zur erwarteten Konzernentwicklung in 2015

Die Digitalisierung ist nach wie vor das treibende Element im Strukturwandel der Medienindustrie. Immer mehr Inhalte stehen digital zur Verfügung und finden ihren Weg zum Konsumenten über immer vielfältigere Medienkanäle. Die mittlerweile erreichte Marktdurchdringung mit Smartphones und Tablets fördert die mobile Nutzung von Medieninhalten und Diensten. Gleichzeitig beflügelt die Allverfügbarkeit von leistungsfähigen Breitbandtechnologien die Nachfrage sowie das Angebot von Videobeiträgen bei redaktionellen Inhalten und in der Werbung gleichermaßen.

Für die Ströer Gruppe bietet der Marktwechsel große Chancen, die wir konsequent wahrnehmen. Mit der Ströer Primetime werden wir im Jahr 2015 unseren Multi-Screen-Ansatz ausbauen, bei dem wir Bewegtbild-Inhalte auf Online-Desktops, Mobile und Public Video Screens erstmals über einen zentralen Adserver aussteuern. Bei den Werbekunden stärken wir damit nachhaltig unsere Positionierung als One-Stop-Media-Shop und unsere Relevanz als Anbieter innovativer Kommunikationslösungen. Ein weiteres großes Wachstumsfeld sehen wir in der regionalen Vermarktung unseres Out-of-Home-Inventars. Um dieses Potenzial zu heben, wollen wir im Jahr 2015 den Ausbau unserer regionalen Vertriebsorganisation, insbesondere der Handelsvertreterorganisation, in Deutschland vorantreiben. Wir werden fortlaufend intensiv daran arbeiten, das vermarktbare Inventar sowohl im Bereich Out-of-Home als auch im Bereich Digital zu sichern und weiter auszubauen.

Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung erwarten wir für die gesamte Ströer Gruppe auch im Jahr 2015 ein deutliches organisches Wachstum. Wir rechnen mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich sowie mit einer weiteren, leichten Verbesserung der Operational EBITDA-Marge gegenüber dem Berichtsjahr. Auf Basis einer höheren Cash-Flow-Prognose und wegen der im Berichtsjahr abermals optimierten Finanzierungskonditionen erwarten wir weiter rückläufige Finanzierungsaufwendungen. Wir streben an, den Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) der Ströer Gruppe unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen weiter zurückzuführen. Unter Berücksichtigung des Investitionsbedarfs für das nächste Jahr rechnen wir ohne M&A-Transaktionen mit einem deutlichen Anstieg des Free Cash-Flow. Unsere Kapitalrendite sollte sich im folgenden Jahr weiter steigern.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Die zukunftsgerichteten Aussagen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen nur die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2015 beeinflussen können. Erfahrungsgemäß ist die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe von der konjunkturellen Entwicklung in unseren Märkten sowie von der jeweiligen Entwicklung der Werbemärkte abhängig. Auch der länderspezifische Marktanteil der Digital- bzw. Out-of-Home-Medien am Gesamtwerbemarkt hat Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Die direkte Ableitung einer Umsatzprognose aus diesen gesamtwirtschaftlichen oder branchenspezifischen Parametern ist indes nicht möglich, weil die Korrelation der genannten Parameter mit dem Umsatz in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann. Zudem können sich die Rahmenbedingungen unterjährig ändern, weshalb die tatsächliche Entwicklung der Umsatz- und Ertragslage von der prognostizierten Entwicklung wesentlich abweichen kann.

Das Buchungsverhalten der Werbekunden ist in der gesamten Werbewirtschaft durch sehr kurzfristige und immer kürzer werdende Auftragsvorläufe geprägt. Dies trifft auf die Out-of-Home-Vermarktung sowie in besonderem Maße auch auf die Digitalvermarktung zu, wo Kampagnen aus technischen Gründen noch kurzfristiger eingebucht werden können. Insbesondere der Ausbau der RTB-Plattformen, bei denen die Transaktionen in Echtzeit abgewickelt werden, trägt wesentlich zu dieser Entwicklung bei. Durch den geringen Buchungsvorlauf sind wir in der Voraussage unserer Umsatz- und damit auch Ertragsentwicklung sehr eingeschränkt.

¹⁾ Der Vergleich zum prognostizierten Wert des nächsten Jahres beruht grundsätzlich auf dem in 2014 erreichten Ist-Wert

Zudem sind die für den Ausblick auf den Konzernjahresüberschuss relevanten externen Marktparameter wie Zinskurven und Währungskursverläufe kaum prognostizierbar. Unsicherheiten bei der Prognose dieser Parameter können sich auch auf zahlungsunwirksame Sachverhalte im Finanzergebnis auswirken. Die Derivate zur Absicherung dieser Unsicherheiten sind im Januar 2015 ausgelaufen. Neue Sicherungsinstrumente sind zum jetzigen Zeitpunkt nicht geplant. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir von gegenüber dem Berichtsjahresende weitestgehend konstanten Parametern aus.

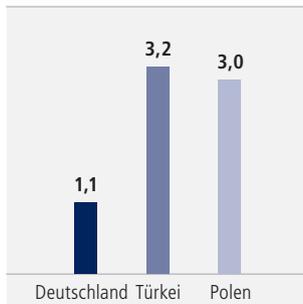
Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2014 ist die Weltkonjunktur hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Dennoch ist für das Jahr 2015 mit einem leichten Anstieg des globalen Wachstums zu rechnen. Der Internationale Währungsfonds rechnet in seinem World Economic Outlook für 2015 mit einem Anstieg des weltweiten Wirtschaftsvolumens (World Output) um 3,8 Prozent nach lediglich 3,3 Prozent im Jahr zuvor.

Für den Euroraum erwartet die OECD im Jahr 2015 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,1 Prozent. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind eine nach wie vor expansive Geldpolitik der EZB, günstige Finanzierungsbedingungen, eine sich langsam verbessernde Arbeitsmarktlage und das Nachlassen der von der Konsolidierung der öffentlichen Haushalte ausgehenden Bremswirkung. Allerdings scheint die Krise im Euroraum strukturell noch nicht überwunden. Daneben wirken die Wirtschaftssanktionen beim politischen Konflikt mit Russland dämpfend auf die konjunkturellen Erwartungen. Im Zins- und Kapitalmarktumfeld rechnen wir mit keinen wesentlichen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr.

Erwartetes Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts 2015

In %



Quelle: OECD

Nach einem überraschend guten Start in das Jahr 2014 hat sich die Konjunktur in **Deutschland** zum Jahresende abgekühlt. Hierzu trugen die Auswirkungen des Konflikts in der Ukraine und die Sanktionspolitik der Europäischen Union gegen Russland maßgeblich bei. Für 2015 prognostiziert die Bundesregierung ein Wachstum von 1,3 Prozent und liegt damit etwa gleichauf mit Prognosen von mehreren Wirtschaftsforschungsinstituten sowie dem Sachverständigenrat (1,0 bis 1,5 Prozent). Die OECD sieht sogar ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts in Höhe von 1,1 Prozent. Im Jahr 2015 wird ein Anstieg der gesamtwirtschaftlichen Produktion aufgrund höherer Unternehmensinvestitionen und gesteigener Kapazitätsauslastung erwartet. Diese Entwicklung wird durch das historisch niedrige Zinsniveau und den sinkenden Rohölpreis begünstigt. Infolgedessen sollte die stabile Lage am Arbeitsmarkt den privaten Konsum stärken.

Zwar entwickelt sich die **Türkei** langsamer, als in den langfristigen Prognosen vorgesehen, doch wird von der türkischen Regierung und der OECD für 2015 ein robustes Wachstum des BIP von 3,2 Prozent erwartet. Die Wirtschaftsentwicklung in den kommenden Monaten ist u. a. abhängig von dem Ausgang der für Juni 2015 angesetzten Parlamentswahlen und der Konjunkturlage der EU. Unsicherheiten sehen wir in der Entwicklung des Konflikts in den südöstlichen Nachbarländern Syrien und Irak sowie in der Volatilität des Wechselkurses der Türkischen Lira gegenüber dem US-Dollar und dem Euro.

Die quantitativen Einschätzungen zum Wirtschaftswachstum in **Polen** sind positiv. Für 2015 erwartet die OECD ein BIP-Wachstum von 3,0 Prozent. Wesentlicher Grund für die positive Aussicht ist insbesondere die steigende Inlandsanfrage, welche auf großangelegten Investitionsplänen, steigenden Firmeninvestitionen und einem Anstieg des privaten Konsums beruht. Positiv auf die Konjunktur dürfte sich ferner die Zusage von EU-Fördermitteln auswirken. Allerdings führen die Kursschwankungen des Zloty zu finanziellen Risiken bei Ein- und Ausfuhr.

Zukünftige Branchenentwicklung

Gemäß den Berechnungen von MagnaGlobal werden die weltweiten Werbeinvestitionen im kommenden Jahr um 4,8 Prozent steigen. Im Vergleich zum Wachstum von 5,5 Prozent im Jahr 2014 können die erwarteten starken wirtschaftlichen Rahmenbedingungen das Ausbleiben von medialen Großereignissen wie den Olympischen Winterspielen und der FIFA Weltmeisterschaft nicht vollständig ausgleichen.

Auch im Euroraum trägt die positive Wachstumserwartung stabilisierend zur traditionell zyklisch reagierenden Werbekonjunktur bei. MagnaGlobal rechnet mit einem Wachstum von 2,8 Prozent für Westeuropa. Ebenso prognostiziert die Agentur ZenithOptimedia eine durchschnittliche Wachstumsrate in Höhe von 2,8 Prozent. Dabei geht ZenithOptimedia davon aus, dass sich die Wachstumsraten der Peripheriestaaten (Griechenland, Irland, Italien, Portugal und Spanien) denen der anderen Staaten Westeuropas wieder angleichen.

Insbesondere im Bereich Werbung wird die zunehmende Dominanz der digitalen Medien deutlich. Laut dem „Global Entertainment and Media Outlook“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers (PwC) wird im Jahr 2018 bereits ein Drittel aller Werbeeinnahmen aus digitalen Kanälen stammen.

Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Auch in Deutschland war die Entwicklung des Werbemarktes im Jahr 2014 vom starken Wachstum im Digitalbereich geprägt. Nach Einschätzung von ZenithOptimedia ist der Werbemarkt um 1,5 Prozent gewachsen. Für 2015 wird ein Wachstum von 1,3 Prozent erwartet. MagnaGlobal geht von einem noch stabileren Wachstum der Werbeumsätze von 2,0 Prozent im Jahr 2015 aus.

Diese guten Aussichten für 2015 decken sich mit dem Ergebnis einer Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). Aufgrund der stabilen wirtschaftlichen Entwicklung blicken die werbenden Unternehmen mit verhaltenem Optimismus auf 2015. In der Umfrage des OWM gaben 45 Prozent der Werbungtreibenden an, mit steigenden Werbeumsätzen zu rechnen, knapp die Hälfte ging von stabilen Umsätzen aus und nur 11 Prozent von sinkenden. Dieses Stimmungsbild wird auch von den Ergebnissen zur Entwicklung der Werbebudgets gestützt. Demnach will jedes Dritte der Unternehmen sein Werbebudget im Jahr 2015 erhöhen, während 39 Prozent planen die Budgets konstant zu lassen.

Für die Werbeumsätze in der Out-of-Home-Branche wird in den bekannten Studien ein leicht stärkeres Wachstum im Vergleich zum Gesamtwerbemarkt erwartet. Nach Einschätzung von PwC sollen die Werbeumsätze im Jahr 2015 mit einer Rate von 2,7 Prozent wachsen. ZenithOptimedia erwartet eine leicht niedrigere Wachstumsrate von 2,5 Prozent. Wesentliche Wachstumstreiber sind die digitalen Werbeträger, bei denen PwC in den kommenden Jahren mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 9 Prozent rechnet. Daneben unterstützen die Flexibilisierung und Regionalisierung von Werbeformen sowie die zunehmende Mobilität der Gesellschaft die positive Entwicklung der Außenwerbung. Neue technologische Entwicklungen wie z. B. iBeacons und Near Field Communication (NFC) eröffnen weitergehende Nutzungsperspektiven für Out-of-Home-Medien durch die Verbindung mit anderen Werbeformen und neuen Formaten, die eine Interaktion zwischen Werbungtreibendem und Konsumenten über dessen Smartphone ermöglichen. Aufgrund der insgesamt eher positiven Marktaussichten erwarten wir in der Out-of-Home-Branche ein Wachstum im unteren bis mittleren einstelligen Bereich.

Auch auf dem Markt für Online-Werbung soll sich die positive Entwicklung aus 2014 in 2015 fortsetzen. Die im Vergleich unter den Medien höchste Wachstumsdynamik beruht auf der zunehmenden Digitalisierung der Medienlandschaft sowie der starken Entwicklung des Internets als Werbeträger. Die erhöhte Werbeeffizienz durch präziseres Targeting und performanceorientierte Angebote bietet nachhaltige Wachstumsfelder. PwC und ZenithOptimedia prognostizieren für das Jahr 2015 gleichlautend ein Wachstum der Werbeumsätze in der Online-Werbung von 7,1 Prozent. Für die stationäre Online-Werbung erwartet PwC eine sukzessive Verlangsamung des Wachstums

infolge einer zunehmenden Reife des Marktes. Hier wird mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 5,2 Prozent bis 2018 gerechnet. Das größere Wachstumspotenzial bietet die mobile Online-Werbung, deren durchschnittliches Wachstum PwC bis 2018 bei 25,6 Prozent einschätzt. Treiber dieses Wachstums sind die steigende Penetration internetfähiger Mobilfunkgeräte (Smartphones und Tablets), die damit verbundene Verlagerung der Mediennutzung und die zunehmend besseren Möglichkeiten der Monetarisierung. Wir schließen uns diesen Markteinschätzungen grundsätzlich an. Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung in den Bereichen Display-, Video- und Mobile-Werbung gehen wir davon aus, weitere Marktanteile hinzugewinnen zu können. Hierzu sollte auch unsere vor kurzem erlangte Position als reichweitenstärkster Online-Vermarkter in Deutschland beitragen.

Entwicklung des türkischen Werbemarktes

Auch in der Türkei hängt die Umsatzentwicklung des Werbemarktes maßgeblich von den konjunkturellen Rahmenbedingungen ab. Folglich sollen die Umsätze im türkischen Werbemarkt im Jahr 2015 mit der Unterstützung durch das positive konjunkturelle Umfeld steigen, soweit die politischen Rahmenbedingungen stabil bleiben. Nach unserer Einschätzung stellt der türkische Markt aufgrund der intakten sozioökonomischen Basisdaten ein nachhaltig positives Umfeld für die Entwicklung des Werbemarktes dar. Nach einer rückläufigen Wachstumsrate von 2,5 Prozent (inflationsbereinigt) im Jahr 2014 erwartet ZenithOptimedia für 2015 eine inflationsbereinigte Entwicklung der Werbeausgaben in ähnlicher Größenordnung. Mit einer Wachstumsrate von 23,0 Prozent wird das Wachstum maßgeblich vom Markt für Online-Werbung bestimmt. Im Bereich Out-of-Home erwartet ZenithOptimedia nach einer Stabilisierung der Werbeumsätze in 2014 ein Wachstum von 2,0 Prozent in lokaler Währung.

Entwicklung des polnischen Werbemarktes

Die positiven Aussichten auf dem polnischen Werbemarkt werden getragen von den konjunkturellen Wachstumsaussichten. Nach mehreren Jahren der Rückgänge gelang die Trendwende bei den Werbeeinnahmen im ersten Halbjahr 2014. Hieraus resultierte eine Wachstumsrate der gesamten Werbeausgaben in Höhe von 2,4 Prozent (ZenithOptimedia). Für 2015 erwartet ZenithOptimedia sogar eine Wachstumsrate von 3,1 Prozent. Das Wachstum beruht größtenteils auf dem stark im Vormarsch befindlichen Bereich der Online-Werbung, der nach Einschätzung von ZenithOptimedia zweistellig wachsen wird. Im Bereich der Out-of-Home-Werbung werden stagnierende bis leicht sinkende Werbeumsätze erwartet. Auch wir gehen von steigenden Umsätzen im Gesamtwerbemarkt und einem im Wesentlichen unveränderten Marktumfeld im Bereich der Out-of-Home-Werbung aus.

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Ströer Gruppe

In der Ströer Gruppe gehen wir für das Jahr 2015 von einem organischen Konzernumsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Hierzu tragen neben starken Wachstumsimpulsen im Segment Ströer Digital und in der Türkei vor allem auch robust steigende Umsätze im Segment Deutschland (Out-of-Home) bei. Die im Berichtsjahr sowie nach dem Abschlussstichtag getätigten Akquisitionen werden zusätzlich einen positiven Gesamtjahres-Umsatzeffekt in der Größenordnung eines niedrigen zweistelligen Millionenbetrags liefern.

Im Berichtsjahr haben wir erstmals die Voraussetzungen für eine Verzahnung der Public Video-Infrastruktur (Digital-out-of-Home-Displays) mit den Online-Assets sowohl im Desktop- als auch im Mobile-Bereich geschaffen. Die erste Resonanz unserer Kunden auf diese neuartige Produktkombination im Bewegtbild-Sektor ist bemerkenswert positiv. In Bezug auf die Vermarktung dieser Produktneuheit sowie dem damit verbundenen Wachstum der digitalen Medien im Jahr 2015 rechnen wir damit, den Anteil des Digitalumsatzes am Gesamtkonzernumsatz auf über 25 Prozent steigern zu können.

Die Erlöse in Polen und der Türkei sowie ein Teil der BlowUP- und digitalen Werbeerlöse werden in Fremdwährungen generiert. Folglich sind diese Wechselkurseffekten ausgesetzt. Da die Entwicklung der Wechselkurse kaum prognostizierbar ist, kann dies die Umsatz- und Ergebnissituation in Konzernwährung positiv wie negativ beeinflussen. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir gegenüber dem Berichtsjahresende von nahezu konstanten Parametern aus.

Die direkten Werbeträgerkosten werden nach unserer Einschätzung im Jahr 2015 volumen- und inflationsbedingt leicht ansteigen. Die Steigerung sollte unterhalb des organischen Umsatzwachstums liegen, weil wir weitere Kosteneinsparungen und einen für die Marge vorteilhafteren Produktmix im Out-of-Home-Geschäft erwarten. Bei den Overhead-Kosten erwarten wir bezogen auf den Gesamtkonzern eine Steigerung ebenfalls leicht unterhalb des Umsatzwachstums. Die geplanten Kostensteigerungen gehen – bei gleichzeitig striktem Kostenmanagement – im Wesentlichen auf inflationsbedingte Gehalts- und sonstige Kostenanpassungen, ferner auf die Stärkung der Strukturen im Bereich des regionalen Vertriebs in Deutschland und das deutlich steigende Geschäftsvolumen im Bereich Digital zurück.

Infolge der erwarteten Ausweitung des Geschäftsvolumens in Kombination mit einer moderaten Kostenentwicklung gehen wir – keine negativen Wechselkurseffekte vorausgesetzt – von einer spürbaren Steigerung des Operational EBITDA im Jahr 2015 aus. Das wachstumsstarke Digitalgeschäft ist im Vergleich zu den Out-of-Home-Aktivitäten zwar durch eine tendenziell geringere EBITDA-Marge gekennzeichnet, allerdings gehen damit auch erheblich geringere Investitionsaufwendungen einher. Insgesamt rechnen wir durch den im Verhältnis zum Umsatz unterproportionalen Kostenverlauf dennoch mit einer stabilen bis leicht verbesserten Operational EBITDA-Marge im Konzern.

Die Finanzierungsaufwendungen des Konzerns sollten sich wegen des im Berichtsjahr erneut verringerten Financial Leverage, des abermals niedrigeren Basiszinsniveaus sowie aufgrund der ebenfalls im Berichtsjahr erfolgreich nachverhandelten Kreditkonditionen vorbehaltlich signifikanter M&A-Transaktionen im Jahr 2015 weiter verringern. Der Steueraufwand wird aus konsolidierter Sicht nach unserer Einschätzung im Zuge des nach unserer Planung höheren zu versteuernden Gewinns im Prognosejahr deutlich steigen.

Angesichts des höher erwarteten Nachsteuer-Konzernergebnisses gehen wir von einer weiteren Erhöhung des Ergebnisses je Aktie im Verlauf des Jahres 2015 aus.

Segment Ströer Deutschland

In Deutschland gehen wir optimistisch in das Jahr 2015. Die konjunkturellen Aussichten und die Konsumneigung sind angesichts des anhaltend niedrigen Zinsniveaus und einer robusten Arbeitsmarktlage positiv. Die Werbekonjunktur schließt sich dieser Stimmungslage nach unserer Einschätzung grundsätzlich an, wobei die Verfügbarkeit und Aufteilung der tatsächlichen Werbebudgets sowie die Rabatentwicklung nicht abschließend prognostiziert werden können. Hierfür sind auch die starken Umbrüche in der Medienlandschaft und die steigende Vielfalt von Werbeangeboten, insbesondere in digitalen Medienkanälen mit steigender Bedeutung der sozialen Netzwerke für die Werbeindustrie verantwortlich. In diesem Marktumfeld positionieren wir uns mit einem deutschlandweit einzigartigen Portfolio an attraktiven Out-of-Home- und digitalen Medien.

Im Segment Ströer Deutschland erwarten wir einen organischen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich, der leicht über dem von ZenithOptimedia erwarteten Marktwachstum des Außenwerbemarktes von 2,5 Prozent¹⁾ liegen wird. Zu dem erwarteten Wachstum wird die digitale Public-Video-Infrastruktur (Out-of-Home-Displays) einen höheren Anteil beisteuern als die klassischen Out-of-Home-Medien.

¹⁾ ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2014

Kostenseitig gehen wir von umsatzbedingt höheren Pachtabgaben und von im Wesentlichen inflationsbedingt angepassten direkten Kosten aus. Aufgrund unseres vorteilhaften Produktmixes rechnen wir gleichzeitig mit Kostenreduzierungen. Vor allem der weitere Aufbau der regionalen Verkaufsorganisation dürfte sich in einer Steigerung der Overhead-Kosten oberhalb der Inflationsrate niederschlagen. Gleichwohl rechnen wir gemessen am Umsatz mit einer unterproportionalen Overhead-Kosten-Entwicklung.

In Deutschland rechnen wir mit einem leichten Anstieg der Operational EBITDA-Marge für das nächste Jahr.

Segment Ströer Türkei

Im türkischen Markt beobachten wir trotz der gesellschaftspolitischen Unsicherheiten des Jahres 2014 eine stabilisierte Wirtschaftslage, die auch auf die Werbekonjunktur ausstrahlen sollte.

Mit der Einführung eines Reichweitenmesssystems nach dem Vorbild des international anerkannten sog. „POSTAR“-Standards legte die türkische Außenwerbewirtschaft im Berichtsjahr den Grundstein für die lange erwartete Messsystematik, die nun eine direkte Vergleichbarkeit der Leistungswerte unterschiedlicher Medien für die Werbekunden herstellt. Zudem stärken wir die Qualität unseres Werbeträgerportfolios. Hierzu bauen wir in einigen Großstädten in der Türkei unsere Premiumwerbeträger sehr selektiv aus. Für das nächste Jahr erwarten wir einen organischen Umsatzzuwachs vor etwaigen Wechselkurseffekten im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich. Digitale Out-of-Home-Displays spielen in unserem türkischen Geschäft keine wesentliche Rolle, weshalb ihr Anteil am Gesamtumsatz des Segments vernachlässigbar ist.

Der erwartete Umsatzanstieg wird bei weiterhin gezieltem Kostenmanagement nach unserer Einschätzung zu einem verbesserten Operational EBITDA sowie zu einem spürbaren Anstieg der Operational EBITDA-Marge im Jahr 2015 führen.

Segment Sonstige

Unsere polnische Tochtergesellschaft begegnete den herausfordernden Marktbedingungen in Polen im Berichtsjahr mit erheblichen Kosteneinsparungen, die den Umsatzrückgang mehr als kompensieren konnten.

Für das Jahr 2015 erwarten wir in Polen im Einklang mit den Marktprognosen einen leichten Umsatzanstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich, obwohl sich nach unserer Einschätzung die Rahmenbedingungen im Out-of-Home-Markt wie auch unser Angebot an Werbekunden und Agenturen verbessert haben. So wird auch in Polen voraussichtlich im Jahr 2015 nach mehrjähriger Vorbereitung ein Reichweitenmesssystem vergleichbar dem internationalen POSTAR-Standard eingeführt, womit die teilnehmenden Out-of-Home-Anbieter erstmals ihr Leistungsversprechen objektiviert nachweisen können. Für das kommende Jahr erwarten wir hieraus noch intensivere Vermarktungserfolge.

Im Geschäftsbereich der Riesenposter (BlowUP) wollen wir im Jahr 2015 an das gute Ergebnis des Berichtsjahres anknüpfen. Wir erwarten ein abermals robustes Umsatzwachstum in den kontinental-europäischen Ländern, allen voran in Deutschland, sowie ein leichteres Wachstum auf hohem Niveau in Großbritannien.

Insgesamt rechnen wir mit einem Umsatzanstieg im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich für das Segment Sonstige.

Die Ganzjahreseffekte der Kosteneinsparungen in Polen sowie weitere Sparmaßnahmen durch Portfoliooptimierungen sollten zu einem signifikanten Ergebnisbeitrag der polnischen Aktivitäten zum Segmentergebnis führen. Die BlowUP-Gruppe erwartet auf bereits hohem Niveau eine anhaltend gute Ergebnisentwicklung. Für das Segment gehen wir von einem weiteren Anstieg des Operational EBITDA und einer weiteren deutlichen Verbesserung der Operational EBITDA-Marge aus.

Segment Ströer Digital

Das Segment Ströer Digital profitiert stark von der Dynamik des Online-Werbemarktes, vorrangig in Deutschland. Im Umsatz des Jahres 2015 sehen wir zusätzlich zur positiven Geschäftsentwicklung auch Ganzjahreseffekte aus der Erstkonsolidierung von Neuakquisitionen im Berichtsjahr sowie in den Monaten nach dem Abschlussstichtag.

Wir sind im Bereich Digital mit einem starken Auftritt in das Jahr 2015 gestartet: Ströer Digital steht nach den jüngsten AGOF-Zahlen (Reichweiten im November 2014) mit 37,2 Millionen Unique Usern¹⁾ auf Platz 1 der Online-Vermarkter in Deutschland. Die Sichtbarkeit von Ströer Digital dürfte bei Kunden wie Publishern durch das Ranking weiter steigen. Dadurch erhöhen wir auch im Jahr 2015 unsere Relevanz als Werbe- und Vermarktungspartner.

Wie bereits unter dem Segment Ströer Deutschland dargestellt, haben wir Personal (Desktop, Tablets, Smartphones) und Public Screens (Out-of-Home-Displays) in einem neuartigen Multi-Screen-Angebot verzahnt. Wir erwarten im Jahr 2015 Vermarktungserfolge aus dieser Verknüpfung nicht nur im Segment Ströer Deutschland, sondern auch im Segment Ströer Digital.

Im Bereich der auf Performance ausgerichteten Digital-Produkte kommt dem technologischen Vorsprung immer größere Bedeutung für die Ausweitung des Geschäfts zu. So erwarten wir Umsatzimpulse für das Digitalgeschäft aus der neu entwickelten DSP, mit der wir den Kunden unserer RTB-Tochter adscale ermöglichen, Werbeflächen auch anderer Anbieter über die adscale-Plattform automatisiert einzukaufen. adscale bildet damit nahezu den gesamten deutschen Markt für Online-Display-Werbung ab. Auch ein verbesserter Retargeting-Mechanismus, der in der Lage ist, das Neukundenpotenzial eines Nutzers zu identifizieren, wird zur Attraktivität unseres Angebots beitragen. Unsere rund 100 international tätigen Produktentwickler im Bereich Digital arbeiten auch im Prognosejahr laufend an der Verbesserung unserer Technologieposition, um unsere Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen.

Mit der im Berichtsjahr gegründeten Tochtergesellschaft Ströer Venture GmbH wollen wir vorrangig Geschäftspotenziale im Online-Bereich entwickeln, die unsere bisherigen Aktivitäten im Digitalbereich im Sinne höherer Reichweite und besserer Vermarktungsmöglichkeiten sinnvoll ergänzen. Voraussichtlich werden wir auch im Jahr 2015 in diesem Bereich externe Wachstumsmöglichkeiten wahrnehmen.

Für das Segment Ströer Digital sind wir für das Jahr 2015 und die Folgejahre optimistisch. Für das Prognosejahr rechnen wir aufgrund der oben genannten Initiativen und Umsatzsynergien zwischen den erworbenen Einheiten mit einem organischen Umsatzwachstum von deutlich mehr als 10 Prozent. Das Umsatzwachstum wird nach unserer Erwartung insbesondere von höheren Ausgaben in den stark nachgefragten Bereichen Mobile und Video getragen sein. Insbesondere die Hebung von Kostensynergien im Vermarktungsbereich in Deutschland dürfte entlastend auf die operative Kostensituation wirken, sodass wir in Kombination mit den Umsatzsteigerungen von einem deutlichen Anstieg des Operational EBITDA und einer graduellen Ausweitung der Operational EBITDA-Marge ausgehen.

Geplante Investitionen

Unsere Investitionstätigkeit im Prognosezeitraum konzentriert sich auf den Neuaufbau und Austausch von Out-of-Home-Werbeträgern vornehmlich aufgrund der Verlängerung oder Neuakquisition von Werbenutzungsrechten im öffentlichen Raum. Wir erhalten, modernisieren und erweitern damit unsere Werbeinfrastruktur, die die Grundlage für die Vermarktung der Out-of-Home-Werbeflächen in nationalen und regionalen Netzen in unserem Tätigkeitsgebiet darstellt. Im Jahr

¹⁾ Pro Monat

2015 stehen größere Investitionen u. a. in der Stadt Köln, wo wir im Berichtsjahr die Ausschreibung des Stadtvertrags über die großformatigen Werbeflächen für uns entscheiden konnten, und in den türkischen Städten Izmir und Samsun an. In Istanbul wollen wir darüber hinaus weitere verglaste und hinterleuchtete Premium Billboards aufbauen.

In Deutschland planen wir neben Investitionen in analoge wie digitale Werbeträger die Umrüstung weiterer Beleuchtungssysteme in LED-Technologie, um den Energieverbrauch unserer Werbeträger weiter zu senken. Aufgrund der eindrucksvollen Nachfrage nach digitalen Werbemöglichkeiten im Großformat wird BlowUP seine Digitalstrategie fortsetzen und an ausgesuchten, hochfrequentierten Standorten in europäischen Städten weitere digitale Werbeträger installieren. In Polen sind hingegen vergleichsweise geringere Investitionen in Portfolioverbesserungen vorgesehen. Investitionen im Bereich Digital werden insbesondere auf Software und Rechte anfallen. Auf Gruppenebene arbeiten wir fortlaufend an der Weiterentwicklung unserer IT-Landschaft, weiterhin sind Investitionen für Earnout und nachgelagerte Kaufpreiszahlungen in nicht erheblichem Umfang vorgesehen.

In der Ströer Gruppe erwarten wir für das Geschäftsjahr 2015 – ohne Berücksichtigung von M&A-Aktivitäten – Gesamtinvestitionen in einer Größenordnung eines mittleren bis höheren zweistelligen Millionenbetrags. Ein erheblicher Teil der Investitionen ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass wir die Investitionssummen insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Markt- und Unternehmenslage bei Bedarf deutlich nach unten anpassen können.

Im Hinblick auf Investitionen für Unternehmenserwerbe (M&A) können wir prozessbedingt keine Prognose treffen. Wir prüfen laufend geeignete Akquisitionsmöglichkeiten unter dem Gesichtspunkt der nachhaltigen Wertsteigerung für das Unternehmen. Dabei halten wir aus heutiger Sicht weitere Konsolidierungsschritte im Bereich Digital sowie strategische Arrondierungen im Bereich Out-of-Home im In- und Ausland für möglich. Hinsichtlich bestehender Geschäftsbereiche prüfen wir regelmäßig verschiedene strategische Optionen, die auch M&A-Strategien einschließen können.

Erwartete Finanzlage

Die gegenüber dem Vorjahr erneut stärkere Ertragslage der Ströer Gruppe wird auch die Finanzlage nach unserer Erwartung weiter verbessern. Wachstumsbedingt erwarten wir zwar einen Anstieg des Working-Capital- sowie höhere Unternehmenssteuern. Diese Effekte sollten jedoch durch die verbesserte Ertragslage überkompensiert werden, sodass ein höherer Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit zu erwarten ist. Nach unserer Einschätzung des benötigten Investitionsbedarfs im nächsten Jahr rechnen wir mit einem Free Cash-Flow vor M&A-Transaktionen im mittleren bis höheren zweistelligen Millionenbereich. Durch die verbesserte Kapitalstruktur sowie einen deutlichen Anstieg unseres bereinigten EBIT sollte sich unsere Rendite auf das eingesetzte Kapital im nächsten Jahr deutlich erhöhen.

Die syndizierte Kreditfinanzierung des Ströer Konzerns ist nach der Refinanzierung im Berichtsjahr bis Mitte 2019 gesichert. Im Rahmen der Refinanzierung ist es uns gelungen, unsere Kreditkonditionen den weiter rückläufigen Spreads an den Finanzmärkten anzupassen. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet, dass auch unter Berücksichtigung von konjunkturellen und saisonalen Schwankungen ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Mit dem zum Ende des Berichtsjahres erreichten Verschuldungskoeffizienten (Leverage Ratio) von 1,9 haben wir unser Ziel einer Rückführung in den Korridor zwischen 2,0 und 2,5 mehr als erreicht. Wir gehen davon aus, den Verschuldungskoeffizienten vorbehaltlich größerer M&A-Transaktionen weiter zurückzuführen.

Wir sind unverändert der Auffassung, dass uns die bestehende Kreditfinanzierung ausreichenden Spielraum gibt, um geplante Investitionen sowie zusätzlich sich bietende Geschäftschancen im Prognosezeitraum umzusetzen. Die Konditionen der Finanzierung werden von uns laufend an den aktuellen Entwicklungen der Fremdkapitalmärkte gemessen. Wirtschaftlich sinnvolle Chancen einer Konditionenanpassung werden wir bei Bedarf verfolgen.

NACHTRAGSBERICHT

Erdbeerlounge GmbH

Der Ströer Konzern hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. Januar 2015 sämtliche Anteile an der Erdbeerlounge GmbH, Köln, erworben. Die Erdbeerlounge GmbH betreibt eine Website mit interaktivem Online-Angebot, welches sich ausdrücklich an Frauen richtet. Sie bietet den Nutzerinnen ein Kommunikationsnetzwerk, ein Magazin mit redaktionellen Inhalten zu frauenspezifischen Themen und eine Unterhaltungssektion. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 2,3 Millionen Euro.

Pacemaker AOS GmbH

Ebenfalls mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. Januar 2015 hat der Ströer Konzern weitere 10,0 Prozent der Anteile an der Pacemaker AOS GmbH, Köln, erworben und verfügt damit über insgesamt 90,0 Prozent der Anteile. Die Gesellschaft ist auf dem Gebiet der Retargeting Vermarktung im Internet tätig. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 2,2 Millionen Euro.

Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Des Weiteren hat Ströer mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2015 die restlichen 49,0 Prozent der Anteile an der Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln, zu einem Kaufpreis von 2,5 Millionen Euro erworben. Der Ströer Konzern hält damit nun sämtliche Anteile an der Gesellschaft.

spieletipps.de

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Februar 2015 hat der Ströer Konzern einen Geschäftsbereich zum Betrieb des Internetportals „spieletipps.de“ übernommen. Der Geschäftsbereich betreibt unter dieser Domain ein Internetspieleportal mit einer Datenbank, die Tipps und Lösungen zu Computer- und Videospiele bereithält, sowie mit einer Online-Redaktion, die News, Tests und Hintergrundberichte liefert. Der Kaufpreis für den übernommenen Geschäftsbereich beträgt insgesamt 3,5 Millionen Euro.

SpielAffe / KralOyun / Games1.com

Der Ströer Konzern hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Januar 2015 einen Geschäftsbereich zum Betrieb der Internetportale „SpielAffe“, „KralOyun“ und „Games1.com“ übernommen. Über diese Internetportale werden Internetnutzern kostenlose Online-Spiele bereitgestellt. Der Kaufpreis für den übernommenen Geschäftsbereich beträgt 4,4 Millionen Euro.

Ballroom International GmbH (vormals: Ballroom International CEE Holding GmbH)

Am 2. Februar 2015 hat der Ströer Konzern eine vertragliche Vereinbarung getroffen, nach der die verbliebenen Anteile an der Ballroom International GmbH, Glonn, im Rahmen der Verrechnung mit Gewährleistungsansprüchen ohne zusätzliche Kaufpreiszahlung auf Ströer übergegangen sind. Eine ursprünglich zum Bilanzstichtag ausgewiesene Kaufpreisverbindlichkeit kam nicht mehr zur Auszahlung.

ANGABEN GEMÄSS § 315 HGB NEBST ERLÄUTERNDEN BERICHT DES VORSTANDS DER STRÖER SE

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Ströer SE wurde unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals am 3. Juni 2013 von 42.098.238,00 Euro um 6.771.546,00 Euro auf 48.869.784,00 Euro erhöht. Es ist in 48.869.784 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien eingeteilt. Der auf die einzelne Aktie entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals beträgt 1,00 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 24,22 Prozent und Dirk Ströer 29,95 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, existieren nicht.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder und Satzungsänderung

Die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder obliegt nach § 84 AktG dem Aufsichtsrat. Die Satzung der Ströer SE 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 SE 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 SE 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 SE 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.

Ferner wurde das Grundkapital um bis zu 3.176.400 Euro durch Ausgabe von bis zu 3.176.400 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 gewährt wurden, diese Rechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

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

Facility Agreement

Zwischen der Ströer SE und einem Konsortium aus verschiedenen Banken und Finanzinstituten besteht ein Kreditvertrag (Facility Agreement), auf dessen Grundlage das Konsortium an die Gesellschaft ein Darlehen von 250 Millionen Euro ausgereicht und eine Kreditlinie von 250 Millionen Euro eingeräumt hat. Durch dieses im Jahr 2014 neu abgeschlossene Facility Agreement wurde ein bis dahin bestehendes Facility Agreement aus dem Jahr 2012 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 Bedingungen zu kündigen.

Put-Option

Einem nicht beherrschenden Gesellschafter der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. wurde im Jahr 2010 in Bezug auf seine Anteile an der türkischen Gesellschaft das Recht eingeräumt, diese im Fall eines Kontrollwechsels im Rahmen einer Put-Option der Ströer SE anzudienen.

STRÖER SE, KÖLN
(VORMALS STRÖER MEDIA SE)

STRÖER

JAHRESABSCHLUSS UND BERICHT
ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS 2015

Ströer SE (vormals: Ströer Media SE), Köln

Bilanz zum 31. Dezember 2015

AKTIVA

	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	4.456.313,50	3.341.028,72
Geleistete Anzahlungen	4.821.989,75	7.576.905,50
	9.278.303,25	10.917.934,22
Sachanlagen		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.857.119,48	2.868.208,08
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	111.230,55	81.390,02
	3.968.350,03	2.949.598,10
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	811.358.467,56	523.926.134,56
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	74.486.230,59	45.868.942,92
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	360.000,00	0,00
Sonstige Ausleihungen	0,00	26.929,74
	886.204.698,15	569.822.007,22
	899.451.351,43	583.689.539,54
UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	93.300,53	108.317,67
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	126.002.399,07	54.944.599,42
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	221,44	0,00
Sonstige Vermögensgegenstände	17.845.112,87	6.028.683,83
	143.941.033,91	61.081.600,92
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.050.276,86	14.375.075,65
	144.991.310,77	75.456.676,57
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	4.662.175,88	3.924.483,08
	1.049.104.838,08	663.070.699,19

PASSIVA

EIGENKAPITAL

Gezeichnetes Kapital
- Bedingtes Kapital: EUR 16.174.145,00 (Vorjahr: EUR 14.952.400,00)
Kapitalrücklage
Gewinnrücklagen
Andere Gewinnrücklagen
Bilanzgewinn

RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen
Steuerrückstellungen
Sonstige Rückstellungen

VERBINDLICHKEITEN

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 4.485.285,35 (Vorjahr: EUR 167.091,73)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 7.077.718,26 (Vorjahr: EUR 3.977.727,85)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 90.362.157,89 (Vorjahr: EUR 48.410.805,63)
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 5.500.000,00 (Vorjahr: EUR 3.990.000,00)
Sonstige Verbindlichkeiten
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 1.307.038,16 (Vorjahr: EUR 1.425.693,02)
- davon aus Steuern: EUR 293.501,91 (Vorjahr: EUR 535.039,96)

PASSIVE LATENTE STEUERN

Ströer SE (vormals: Ströer Media SE), Köln

Gewinn- und Verlustrechnung für 2015

	2015 EUR	2014 EUR
Andere aktivierte Eigenleistungen	31.280,01	86.518,34
Sonstige betriebliche Erträge	19.754.790,91	26.699.148,88
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung: EUR 763,29 (Vorjahr: EUR 790,35)		
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-20.874.034,72	-19.110.600,43
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-2.241.509,58	-2.250.522,90
- davon für Altersversorgung: EUR 91.754,94 (Vorjahr: EUR 59.063,88)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-7.863.343,30	-5.824.806,56
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-28.968.078,72	-16.475.352,69
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung: EUR 11.884,72 (Vorjahr: EUR 15.245,76)		
Erträge aus Beteiligungen	889.656,32	4.500.000,00
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 889.656,32 (Vorjahr: EUR 4.500.000,00)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	93.722.042,03	46.932.199,87
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	1.394.972,06	2.639.671,24
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 1.387.040,23 (Vorjahr: EUR 2.639.671,24)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	16.322,02	212.844,28
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 53,72 (Vorjahr: EUR 181.207,35)		
Aufwendungen aus Verlustübernahme	-4.191.402,69	-980.102,35
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-3.278.963,39	-4.551.570,16
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 23.533,73 (Vorjahr: EUR 7.731,32)		
- davon Aufwendungen aus der Abzinsung: EUR 921,15 (Vorjahr: EUR 6.741,66)		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	48.391.730,95	31.877.427,52
Außerordentliche Aufwendungen	-663.867,66	-240.483,17
Außerordentliches Ergebnis	-663.867,66	-240.483,17
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-561.174,78	-5.640.633,16
- davon Ertrag/Aufwand aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern: EUR 5.514.823,22 Ertrag (Vorjahr: EUR 1.067.053,04 Ertrag)		
Sonstige Steuern	-26.932,54	-41.585,59
Jahresüberschuss	47.139.755,97	25.954.725,60
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	45.954.725,60	48.631.440,86
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-6.406.812,00	-23.744.462,46
Dividendenausschüttung	-19.547.913,60	-4.886.978,40
Bilanzgewinn	67.139.755,97	45.954.725,60

Ströer SE (vormals: Ströer Media SE), Köln Anhang für 2015

A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer SE (vormals: Ströer Media SE), Köln, (im Folgenden „Ströer SE“, „Gesellschaft“ oder „SMH“) ist mit Satzung vom 18. Juni 2014 gegründet worden. Die Eintragung in das Handelsregister B erfolgte am 15. Oktober 2014 unter Nr. HRB 82548. Die Hauptversammlung hat am 30. Juni 2015 beschlossen, die Firma in „Ströer SE“ zu ändern und die Satzung entsprechend anzupassen. Zum 1. März 2016 erfolgte der Formwechsel der Gesellschaft Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien unter der Firma Ströer SE & Co. KGaA, Köln.

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 – 5 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 abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultierten Abschreibungen in Höhe von TEUR 111 (Vj.: TEUR 72).

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 3,89 Prozent gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Rentensteigerungen wurden mit 1,0 Prozent berücksichtigt.

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 Er-

füllungsbetrags (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 saldiert 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 SMH 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

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGEWANDTE WERTMINDERUNGEN		
	1.1.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2015 EUR	1.1.2015 EUR	Zuführungen EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE							
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	9.464.659,75	2.438.157,47	1.948.812,19	469.690,77	10.423.695,80	6.123.631,03	1.792.561,00
Geleistete Anzahlungen	12.868.905,50	2.514.950,90	0,00	-469.690,77	14.914.165,63	5.292.000,00	4.800.175,00
	22.333.565,25	4.953.108,37	1.948.812,19	0,00	25.337.861,43	11.415.631,03	6.592.736,00
SACHANLAGEN							
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	8.564.471,39	2.279.321,10	642.749,76	0,00	10.201.042,73	5.696.263,31	1.270.600,00
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	81.390,02	29.840,53	0,00	0,00	111.230,55	0,00	0,00
	8.645.861,41	2.309.161,63	642.749,76	0,00	10.312.273,28	5.696.263,31	1.270.600,00
FINANZANLAGEN							
Anteile an verbundenen Unternehmen	523.926.134,56	287.432.333,00	0,00	0,00	811.358.467,56	0,00	0,00
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	45.868.942,92	74.196.287,67	45.579.000,00	0,00	74.486.230,59	0,00	0,00
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	360.000,00	0,00	0,00	360.000,00	0,00	0,00
Sonstige Ausleihungen	26.929,74	0,00	26.929,74	0,00	0,00	0,00	0,00
	569.822.007,22	361.988.620,67	45.605.929,74	0,00	886.204.698,15	0,00	0,00
	600.801.433,88	369.250.890,67	48.197.491,69	0,00	921.854.832,86	17.111.894,34	7.863.340,00

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. Auf die geleisteten Anzahlungen erfolgte eine Abschreibung in Höhe von TEUR 4.800 aufgrund eingeschränkter künftiger Nutzbarkeit.

b) Finanzanlagen

Im Hinblick auf die Anteile an verbundenen Unternehmen hat die SMH mit wirtschaftlicher Wirkung zum 27. Mai 2015 die übrigen zehn Prozent der Anteile an der BlowUP Media GmbH, Köln, erworben. Die SMH hält nun sämtliche Anteile an der Gesellschaft. Der Kaufpreis für die zehn Prozent der Anteile belief sich auf insgesamt TEUR 2.590.

Des Weiteren hat die SMH mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. November 2015 sämtliche Anteile an der Digital Media Products GmbH, Darmstadt, (im Folgenden „DMP“) zu Anschaffungskosten von TEUR 284.616 erworben. In der DMP sind das Internet Portal t-online.de der Deutsche Telekom AG, Bonn, sowie sämtliche Anteile an der Interactive Media CCSP GmbH, Darmstadt, gebündelt. Die Begleichung des Basiselements des Kaufpreises erfolgte durch die Ausgabe von 6.412.715 neuen Aktien der SMH. Die Kaufpreisverbindlichkeiten aus vertraglich vereinbarten Preisanpassungsklauseln wurden in bar beglichen.

Ebenfalls im November 2015 hat die SMH als alleinige Gesellschafterin eine neue Ströer Venture GmbH, Köln, gegründet, nachdem ihre bisherige Tochtergesellschaft Ströer Venture GmbH, Köln, in die Ströer Content Group GmbH, Köln, (im Folgenden „SCG“) umfirmiert worden war. Das Stammkapital der neuen Ströer Venture GmbH beträgt TEUR 25 und ist in voller Höhe eingezahlt.

Der Beteiligungsbuchwert der Ströer Digital International GmbH, Köln, (vormals Ballroom International GmbH, Glonn), hat sich im Geschäftsjahr aufgrund einer Earn-out-Anpassung um TEUR 201 auf TEUR 24.637 erhöht.

Hinsichtlich der Ausleihungen an verbundene Unternehmen beruht die Veränderung gegenüber dem Vorjahressaldo im Wesentlichen auf einem Darlehen der SMH an die neu gegründete Tochtergesellschaft Ströer Venture GmbH in Höhe von TEUR 21.210 sowie

an die Tochtergesellschaft STRÖER media brands AG, Berlin, (vormals: GIGA Digital AG) um zusätzliche TEUR 11.150.

Die Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, resultieren aus dem in 2015 an die evidero GmbH, Köln, gewährten Darlehen in Höhe von TEUR 360.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2015	31.12.2014
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	93	108
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	126.002	54.945
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	17.846	6.029
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	477	504
	143.941	61.082

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 92.701 (Vj.: TEUR 46.932) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SMD“) sowie in Höhe von TEUR 1.021 (Vj.: TEUR 0) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der SCG. Ebenso bestehen in Höhe von TEUR 3.603 (Vj.: TEUR 2.309) Forderungen aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr sowie aus kurzfristig gewährten Darlehen gegenüber der Ströer Digital International GmbH (TEUR 760) und der RZV Digital A.S., Istanbul/Türkei (TEUR 220). Des Weiteren bestehen Forderungen aus dem Cash-Pooling mit der Ströer Digital Group GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SDG“) in Höhe von TEUR 3.245, sowie aus den im Geschäftsjahr neu geschlossenen Cash-Pooling-Verträgen mit der SCG in Höhe von TEUR 23.174 und der Ströer Digital International GmbH in Höhe von TEUR 1.278.

In den sonstigen Vermögensgegenständen werden Forderungen aus Kaufpreisanpassungen im Zusammenhang mit dem Erwerb der Anteile an der DMP in Höhe von TEUR 8.607, Steuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 5.766 (Vj.: TEUR 4.386), Umsatzsteuerforderungen gegenüber dem Finanzamt in Höhe von TEUR 1.897 (Vj.: TEUR 77), eine Rückgriffsforderung aus steuerlichen Sachverhalten in Höhe von

TEUR 911 (Vj.: TEUR 911), Kautionen in Höhe von TEUR 329 (Vj.: TEUR 329), Forderungen gegen Mitarbeiter in Höhe von TEUR 215 (Vj.: TEUR 16) sowie Zinsforderungen in Höhe von TEUR 114 (Vj.: TEUR 100) ausgewiesen.

3. Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthalten im Wesentlichen Gebühren für Banken und Berater im Rahmen der in 2012, 2014 und 2015 abgeschlossenen Refinanzierungen in Höhe von TEUR 3.562 (Vj.: TEUR 3.563), die über die Laufzeit des Darlehens bis April 2020 ratierlich aufgelöst werden. Wir verweisen auch auf unsere Erläuterungen unter C. 8. a) iii).

4. Eigenkapital

a) Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital wurde aufgrund der dem Vorstand der Gesellschaft erteilten und am 8. Juli 2014 in das Handelsregister eingetragenen Ermächtigung (Genehmigtes Kapital 2014) im Geschäftsjahr 2015 von EUR 48.869.784 um EUR 6.412.715 auf EUR 55.282.499 erhöht. Die Erhöhung erfolgte am 2. November 2015 im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durch Ausgabe von 6.412.715 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit voller Dividendenberechtigung ab dem Geschäftsjahr 2015. Das gezeichnete Kapital beträgt seither EUR 55.282.499.

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 55.282.499 voll eingezahlte auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von EUR 1.

Die nachfolgenden Angaben sind im Wesentlichen der Satzung der Ströer SE entnommen.

Genehmigtes Kapital 2014

Das Genehmigte Kapital 2014 wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014 in Höhe von EUR 18.938.495 geschaffen. Nachdem das Genehmigte Kapital 2014 am 2. November 2015 teilweise in Höhe von EUR 6.412.715 im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage ausgeübt wurde, beträgt das Genehmigte Kapital 2014 noch EUR 12.525.780.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 12.525.780,00 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausend-siebenhundertachtzig Euro) durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig) neuen auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer Media AG noch vorhanden ist.

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 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 Ausgabebetrages 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 % 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

18. Juni 2014 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 18. Juni 2014 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 Aktienaussgabe entscheidet der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist vorzunehmen.

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu Euro 11.776.000,00 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6 der Satzung der Ströer Media AG noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 unter Tagesordnungspunkt 4 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen Stückaktien erfolgt zudem zu 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 Stückaktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- bzw. Wandlungsrechten 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.

Bedingtes Kapital 2013

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 2.274.700,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 2.274.700 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an am Gewinn teil, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist. Der Vorstand der Gesellschaft wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2013 zu ändern.

Bedingtes Kapital 2015

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 2.123.445,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 2.123.445 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an am Gewinn teil, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist. Der Vorstand der Gesellschaft wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der Gesellschaft ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2015 zu ändern.

b) Kapitalrücklage

Die Gesellschaft verfügt zum Bilanzstichtag über eine Kapitalrücklage in Höhe von TEUR 631.638 (davon TEUR 597.187 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB und TEUR 34.451 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB), die 10 Prozent des Grundkapitals übersteigt. Diese hat sich im Geschäftsjahr um TEUR 289.987 gegenüber dem Vorjahr erhöht. Dies resultiert aus einer Sacheinlage im Zuge des Erwerbs der DMP mit Wirkung zum 2. November 2015.

c) Gewinnrücklagen

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 30. Juni 2015 wurden TEUR 6.407 aus dem Bilanzgewinn 2014 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

d) Bilanzgewinn

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 30. Juni 2015 wurden TEUR 19.548 (EUR 0,40 je dividendenberechtigter Stückaktie) als Dividende ausgeschüttet und TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2014 auf neue Rechnung vorgetragen.

5. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Für Pensionen wurden in der Gesellschaft Rückstellungen in Höhe von TEUR 20 (Vj.: TEUR 20) gebildet.

6. Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 5.123 (Vj.: TEUR 7.568) sowie Rückstellungen für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 5.864 (Vj.: TEUR 0). Des Weiteren sind sonstige Steuerrückstellungen in Höhe von TEUR 228 (Vj.: TEUR 0) für lohnsteuerliche Sachverhalte enthalten.

7. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Personalarückstellungen	7.518
Ausstehende Rechnungen	1.428
Abschluss- und Prüfungskosten	356
Übrige	8
Summe	9.310

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	64.485 <i>(Vj. 49.167)</i>	4.485 <i>(Vj. 167)</i>	60.000 <i>(Vj. 49.000)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.078 <i>(Vj. 3.978)</i>	7.078 <i>(Vj. 3.978)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	90.362 <i>(Vj. 48.411)</i>	90.362 <i>(Vj. 48.411)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	5.500 <i>(Vj. 3.990)</i>	5.500 <i>(Vj. 3.990)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Sonstige Verbindlichkeiten	1.307 <i>(Vj. 1.425)</i>	1.307 <i>(Vj. 1.425)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
	168.732 <i>(Vj. 106.971)</i>	108.732 <i>(Vj. 57.971)</i>	60.000 <i>(Vj. 49.000)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>

a) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

i) Darlehensverbindlichkeit

Am 28. April 2015 haben die Ströer SE und die SMD ein syndiziertes Darlehen in einem Volumen von insgesamt TEUR 450.000 (einschließlich Kreditlinie) bei einem Bankenkonsortium aufgenommen („Facility Agreement“). Das Konsortium steht unter der Führung der Commerzbank International S.A., Filiale Luxemburg, als Kreditagent und besteht aus insgesamt elf Geschäftsbanken. Durch dieses Darlehen wurde die zuvor bestehende Finanzierung aus 2014, die ein Volumen von TEUR 500.000 hatte, aktualisiert und um TEUR 50.000 reduziert.

Der syndizierte Kredit hat eine Laufzeit von 5 Jahren bis April 2020 und ist in eine endfällige sog. „Term Loan“ Tranche in Höhe von TEUR 200.000 und eine „Revolving Credit Facility“ (RCF) Tranche (Kreditlinie) in Höhe von TEUR 250.000 aufgeteilt. Er wird mit einer variablen Marge auf den jeweiligen EURIBOR-Referenzsatz verzinst. Dabei hängt

die zu zahlende Marge von definierten Finanzkennzahlen und von der Form des Kreditproduktes (Term Loan oder RCF) ab.

Während der Term Loan der SMD zugeordnet ist, verfügt die Ströer SE über die RCF Tranche, welche sie zum 31. Dezember 2015 in Höhe von TEUR 64.318 in Anspruch genommen hat. Die Zinszahlungen für die RCF Tranche fallen aufgrund mehrerer zeitlich gestaffelter, parallel laufender Ziehungen in der Regel monatlich an.

ii) Zinsen aus dem Facility Agreement

Zum Ende des Geschäftsjahres steht die Zinsabrechnung für mehrere Ziehungen der RCF Tranche noch aus. Hierfür wird zum 31. Dezember 2015 eine Zinsverbindlichkeit in Höhe von TEUR 40 (Vorjahr: TEUR 35) bilanziert.

iii) Gebühren aus dem Facility Agreement

Im Zusammenhang mit der Refinanzierung in 2015 sind TEUR 823 Kreditbereitstellungsgebühren angefallen. Die Ströer SE hat hiervon entsprechend des von ihr übernommenen Anteils an der Refinanzierung einen Betrag in Höhe von TEUR 457 zusätzlich zu den bereits im Rahmen der Refinanzierung 2014 aktivierten Kreditbereitstellungsgebühren wirtschaftlich getragen und aktiviert. Der Betrag wird über die Laufzeit des Facility Agreements linear abgeschrieben. Er beläuft sich zum 31. Dezember 2015 auf TEUR 3.562 (Vorjahr: TEUR 3.563).

Des Weiteren stehen zum 31. Dezember 2015 die alle 3 Monate durchgeführten Abrechnungen von Bereitstellungsprovisionen für den nicht in Anspruch genommenen Teil des Kreditrahmens aus. Die Verbindlichkeiten daraus betragen zum Stichtag TEUR 127 (Vorjahr: TEUR 132).

b) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 45.225 (Vj.: TEUR 46.107) aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des SMH-Konzerns sowie aus von der Interactive Media CCSP GmbH sowie der DMP gewährten kurzfristigen Darlehen in Höhe von TEUR 17.000 bzw. TEUR 12.000. Des Weiteren beinhalten sie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 9.796 (Vj.: TEUR 1.324). Zudem enthalten sie die Verbindlichkeit aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der SDG in Höhe von TEUR 4.191 (Vj.: TEUR 980). Weiterhin besteht

aus der vertraglichen Übertragung einer Darlehensforderung gegen die RZV Digital A.S. von der Ströer Digital International GmbH auf die Gesellschaft zum Stichtag eine Zahlungsverbindlichkeit in Höhe von TEUR 2.150 gegenüber der Ströer Digital International GmbH.

c) Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht

Die Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, resultieren aus einem kurzfristigen Darlehen von der X-City Marketing GmbH, Hannover.

d) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten insbesondere Verbindlichkeiten aus Gehaltszahlungen in Höhe von TEUR 1.000 (Vj.: TEUR 0), die im Januar 2016 zur Auszahlung kommen. Weiterhin bestehen zum Bilanzstichtag Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von TEUR 294 (Vj.: TEUR 369).

9. Latente Steuern

Latente Steuern auf Ebene der SMH (steuerlicher Organträger) werden mit einem Steuersatz von unverändert zum Vorjahr 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 9.171 (Vj.: TEUR 14.686). Die passiven latenten Steuern resultieren unverändert aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers SMH. 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 3.578 (Vj.: TEUR 8.185) resultieren ebenso aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers SMH. Die verrechneten aktiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus der steuerlich abweichenden Bilanzierung von Rückstellungen zum 31. Dezember 2015.

Einzelheiten zu den latenten Steuern und zur Saldierung derer ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

in TEUR	31.12.2015		31.12.2014	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	336	2.259	363	5.495
Sachanlagen	0	126	127	0
Finanzanlagen	0	8.584	0	15.185
Pensionsrückstellungen	986	0	530	0
Sonstige Rückstellungen	2.256	1.780	2.602	2.187
Verbindlichkeiten	0	0	92	4
Latente Steuern	3.578	12.749	3.714	22.871
Zinsvorträge	0	0	28	0
Verlustvorträge	0	0	4.443	0
Gesamt	3.578	12.749	8.185	22.871
Saldierung	-3.578	-3.578	-8.185	-8.185
Bilanzansatz	0	9.171	0	14.686

Unter Berücksichtigung der steuerlich nutzbaren Verlustvorträge und der vollständigen Nutzung des Zinsvortrags in 2015 ergibt sich eine Steuerquote für die SMH in Höhe von 1,19 Prozent (Vj.: 17,85 Prozent).

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Andere aktivierte Eigenleistungen

Im Rahmen von IT-Eigenentwicklungen im Ströer Konzern wurden im Geschäftsjahr 2015 Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 31 (Vj.: TEUR 87) aktiviert.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2015
	TEUR
Erträge aus kaufmännischen und technischen Serviceleistungen	16.781
Erträge aus weiterberechneten Kosten	2.365
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	424
Erträge aus Kostenerstattungen	91
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	30
Übrige Erträge	64
	19.755

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultieren in erster Linie aus der Auflösung von Bonusrückstellungen (TEUR 237) sowie von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen (TEUR 162). In den übrigen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 35 aus Kostenerstattungen für 2013 und 2014 enthalten.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere Kosten im Zusammenhang mit Weiterbelastungen von Tochtergesellschaften (TEUR 8.371), Rechts- und Beratungskosten (TEUR 5.536), IT-Aufwendungen (TEUR 3.267), Aufwendungen, die an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden (TEUR 2.365), sonstige Verwaltungskosten (TEUR 1.768), Raumkosten (TEUR 1.410), Werbe- und Messekosten (TEUR 1.315), Reisekosten (TEUR 814), Datenkommunikationskosten (TEUR 788) sowie Entwicklungskosten (TEUR 609). In den übrigen Aufwendungen sind periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 92 enthalten. Diese resultieren primär aus Nachzahlungen von IHK-Beiträgen für Vorjahre.

4. Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen resultieren aus einer Ausschüttung der blowUP Media GmbH, Köln, in Höhe von TEUR 890 an die SMH gemäß Gesellschafterbeschluss vom 10. Februar 2015.

5. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen ergeben sich aus der Vereinnahmung des Jahresergebnisses der SMD (TEUR 92.701). Die Gesellschaft hat mit Wirkung zum 1. Januar 2010 einen entsprechenden Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen.

Weiterhin besteht ein Ergebnisabführungsvertrag mit der SCG, welcher zum 1. Januar 2015 in Kraft getreten ist. Daraus ergeben sich Erträge in Höhe von TEUR 1.021.

6. Aufwendungen aus Verlustübernahme

Die Aufwendungen aus Verlustübernahme ergeben sich in voller Höhe aus der Übernahme des Jahresergebnisses der SDG. Die Gesellschaft hat mit Wirkung zum 1. Juli 2013 einen entsprechenden Ergebnisabführungsvertrag abgeschlossen.

7. Außerordentliche Aufwendungen

Die außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 664 beinhalten die Kosten der Umwandlung der Gesellschaft in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA), welche auf der außerordentlichen Hauptversammlung am 25. September 2015 beschlossen und zum 1. März 2016 vollzogen wurde.

8. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

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

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Körperschaftsteuer inkl. Solidaritätszuschlag in Höhe von TEUR 5.864 für das laufende Geschäftsjahr bzw. Vorjahr (TEUR 93). Des Weiteren beinhalten sie Aufwendungen für

Gewerbsteuer für Vorjahre (TEUR 119) sowie Erträge aus der Bildung latenter Steuern in Höhe von TEUR 5.515.

E. Sonstige Angaben

1. Kapitalflussrechnung

	2015 TEUR	2014 TEUR
1. Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten	47.804	26.195
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	7.863	5.825
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	6.220	3.481
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-95.495	-47.884
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	-28	-67
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen		
aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	39.153	41.438
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten		
aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	12.649	-1.170
Ein- (+) und Auszahlungen (-) aus außerordentlichen Posten	-664	-240
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	17.502	27.578
2. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	48	75
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-2.360	-1.991
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-4.902	-1.816
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	45.606	16.395
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-71.643	-41.173
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-33.251	-28.510
3. Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit		
Dividenden (-)	-19.548	-4.887
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	-23.856	14.957
Einzahlung (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	128.818	3.990
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	-82.990	-8.000
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	2.424	6.060
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 - 3)	-13.325	5.128
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	14.375	9.247
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	1.050	14.375
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	1.050	14.375
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	1.050	14.375

2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

a) Haftungsverhältnisse

Im Rahmen des Darlehensvertrags zwischen der Ströer SE, der SMD (beide Borrowers) sowie weiteren Gesellschaften der Ströer Gruppe (Garantors) und dem Bankenkonsortium haftet die Gesellschaft als Vertragspartner (Garantor) des Facility Agreements im Sinne eines selbstständigen Garantieversprechens gesamtschuldnerisch für die Darlehensverbindlichkeiten der SMD in Höhe von TEUR 200.000.

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Ströer DERG Media GmbH, Kassel, hat die SMH 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.

Im Rahmen des am 18. Dezember 2015 zwischen der Telekom Deutschland GmbH, Bonn, und der DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main, (im Folgenden „DSM“) geschlossenen Geschäftsbesorgungsvertrags zum Stadtvertrag Bremen hat die SMH eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 5.850 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2025.

Für den mit der Deka Immobilien Investment GmbH, Frankfurt am Main, geschlossenen Mietvertrag zum 01. Juli 2015 für das Gebäude in der Torstraße 49 in Berlin hat die SMH eine unbefristete Bürgschaft für die Mieterin STRÖER media brands AG, Berlin, in Höhe von TEUR 107 übernommen.

Im Rahmen des zwischen der Stadt Ravensburg und der DSM am 23. Mai 2015 geschlossenen Vertrags über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen der Stadt Ravensburg hat die SMH eine Bürgschaft in Höhe von TEUR 300 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2024.

Im Zusammenhang mit einer zwischen der SEM Internet Reklam Hiz. Ve Dan. A.S., Istanbul/Türkei, und der Facebook Ireland Ltd., Dublin/Irland, im Januar 2014 geschlossenen Vereinbarung hat die SMH am 19. August 2015 eine unbefristete Bürgschaft in Höhe von TUSD 500 übernommen.

Im Rahmen des Verkaufs der Anteile an der ADselect GmbH, Duisburg, vom 22. Mai 2015 durch Herrn Martin Reichardt (Verkäufer) hat die SMH für die Verpflichtung zur Zahlung des Kaufpreises durch die Business Advertising GmbH, Düsseldorf, eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 480 übernommen, welche mit Zahlung der letzten Kaufpreisrate am 28. Februar 2017 erlischt.

Aus den vorgenannten Bürgschaften schätzen wir das Risiko einer Inanspruchnahme derzeit als gering ein.

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

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 22.822 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 0). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

■ bis zu einem Jahr:	TEUR	2.187
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	6.851
■ größer 5 Jahre:	TEUR	2.615

Die Leasingraten betreffen vorwiegend das genutzte Verwaltungsgebäude der Gesellschaft in Köln. Der Zweck des Geschäfts liegt in der Vermeidung eines Mittelabflusses und einer Finanzierung, die im Falle eines Gebäudeerwerbs angefallen wären. 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	769
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	5.623
■ größer 5 Jahre:	TEUR	4.777

Weiterhin bestehen Verpflichtungen aus gewährten Put-Optionen an Minderheitsgesellschafter, deren Ausübungsbedingungen zum 31. Dezember 2015 nicht erfüllt waren. Der theoretische Wert der aus diesen Optionen resultierenden potentiellen Verbindlichkeiten beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 8.230. Eine Aussage zu den Zahlungszeitpunkten ist nicht möglich, da die SMH keine Kontrolle über den genauen Zeitpunkt der Ausübung durch die Optionsinhaber hat. Es sind jedoch alle Optionsvereinbarungen so ausgestaltet, dass der jeweilige Abfluss liquider Mittel die Finanzlage der Gesellschaft nicht wesentlich beeinflussen wird.

Für Lieferungen von Werbeträgern in 2016 durch die Shanghai Kingbo Industry Co. Ltd., Shanghai/China, und die Programm Contractors Ltd., Kowloon/Hong Kong, hat die SMH in 2015 zwei sog. „Letter of Intent“ unterzeichnet. Die Höhe beträgt insgesamt TEUR 398.

3. 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	154	126
Bezug von Dienstleistungen	0	1
Erbringen sonstiger Leistungen	424	2
Bezug sonstiger Leistungen	366	211
Gewährung von Darlehen	1.440	360
Erhaltene Darlehen	0	5.500

Die sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen umfassen Unternehmen, die nicht zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der SMH einbezogen werden, und Gesellschaften, an denen Personen mit einer SMH-Organfunktion beteiligt sind. Des Weiteren sind darin Unternehmen enthalten, die einen maßgeblichen Einfluss auf die SMH ausüben, sowie Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen.

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

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

Darüber hinaus erbringt die Gesellschaft sonstige Leistungen durch Ausleihungen an ausländische Tochterunternehmen, wofür Zinsen vereinnahmt werden (TEUR 418). Wir verweisen in diesem Zusammenhang auch auf unsere Erläuterungen unter C.1.b).

Des Weiteren hat die SMH von einem nahestehenden Unternehmen ein kurzfristiges Darlehen in Höhe von TEUR 5.500 erhalten.

Hinsichtlich der weiteren Geschäfte mit Vorstand und Aufsichtsrat verweisen wir auf unsere Erläuterungen unter E.5.

4. 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.

5. 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
Vorstand		
Udo Müller (Vorsitzender)	TARTECH eco industries AG, Berlin	Kölner Ausswerbung GmbH, Köln
Christian Schmalzl	Ströer media brands AG, Berlin	Internet Billboard a.s., Ostrau (Tschechien)
Dr. Bernd Metzner		Anavex Life Sciences Corp., New York (USA)
Aufsichtsrat		
Christoph Vilanek Vorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (Vorsitzender)	eXaring AG, München gamigo AG, Hamburg Netzpiloten AG, Hamburg mobilcom-debitel GmbH, Büdelsdorf	

Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln (stellvertretender Vorsitzender bis 02. November 2015)		
Ulrich Voigt		modernes Köln GmbH, Köln
Mitglied des Vorstands der Sparkasse KölnBonn		
Vicente Vento Bosch	Scout24 AG, München	T-Venture Holding GmbH, Bonn
Geschäftsführer Deutsche Telekom Capital Partners Management GmbH (seit 12. November 2015)	STRATO AG, Berlin	Deutsche Telekom Venture Funds GmbH, Bonn Telekom Innovation Pool GmbH, Bonn

Die Herren Müller, Dr. Metzner und Schmalzl übten ihre Vorstandstätigkeit hauptberuflich aus.

Die Leistungen aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats des Ströer Konzerns (ohne aktienbasierte Vergütung) für die Jahre 2015 und 2014 betragen:

	2015	2014
Vorstand	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	4.382	3.161
Andere langfristig fällige Leistungen	1.865	1.082
	6.247	4.243

	2015	2014
Aufsichtsrat	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	151	200
	151	200

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile – ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile -, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte Vergütung (ohne Aktienoptionsprogramm) wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer SE 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 (sog. Vergütung mit Barausgleich bzw. „cash-settled“). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert zu jedem Stichtag die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black Scholes Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2015 eine Volatilität von 36 Prozent und eine Dividend-Yield von 1 Prozent eingeflossen sind. Der für das Modell verwendete Zinssatz beträgt 0,04 Prozent.

Für die auf das Jahr 2015 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 200 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2015 gewährten 11.034 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von EUR 56,19.

Von allen langfristig fälligen Leistungen (sogenannte LTI) werden TEUR 1.055 in 2016 zur Auszahlung fällig.

Aktienoptionsprogramm:

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms (AOP 2013) hat der Vorstand insgesamt 1.954.700 Optionen gewährt bekommen. In 2015 wurde ein weiteres Aktienoptionsprogramm (AOP 2015) beschlossen; hieraus hat der Vorstand 350.000 Optionen gewährt bekommen.

Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren. Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an ein operatives Mindest-EBITDA im Konzern von EUR 150 Mio. (AOP 2013) bzw. EUR 250 Mio. (AOP 2015) geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Aktienoptionen wird zum Zeitpunkt der Gewährung unter Anwendung eines Black Scholes Modells und unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die Aktienoptionen gewährt wurden, ermittelt.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der während des Geschäftsjahres erstmals gewährten Optionen aus dem AOP 2015 beträgt EUR 12,70. Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert aller im Rahmen des „Aktienoptionsprogramms 2013“ gewährten Optionen beträgt EUR 2,14 (Vj.: EUR 1,99).

Zum 31. Dezember 2015 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 6.289 (Vj.: TEUR 4.397) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 1.790 (Vj.: TEUR 1.255) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

6. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2015 wurden im Durchschnitt 242 (Vj.: 242) Angestellte beschäftigt.

7. 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 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahres- ergebnis 2015 TEUR
Direkte Beteiligungen			
blowUP Media GmbH, Köln	100	953	317
Digital Media Products GmbH, Darmstadt	100	31.848	6.489
Ströer Digital Group GmbH, Köln	100	84.587	*-4.191
Ströer Digital International GmbH, Köln (vormals Ballroom International GmbH, Glonn)	100	10.343	363
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul, Türkei	90	66.441	-4.625
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100	121.245	*92.701
Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100	18.586	118
Ströer Venture GmbH, Köln	100	-33	-58
Ströer Content Group GmbH, Köln (vormals Ströer Venture GmbH, Köln)	100	25	*1.328
Indirekte Beteiligungen			
adscale GmbH, München	99,6	9.497	-39
Adscale Laboratories Ltd., Christchurch, Neuseeland	100	526	123
Adselect GmbH, Duisburg	100	156	76
AD-Vice Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100	219	47
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50	33	60
BB Elements Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100	55	23
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen, Belgien	80	628	254
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100	649	859
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	100	-1.037	76
blowUP Media U.K. Ltd., London, Großbritannien	100	4.050	1.111
Business Advertising GmbH, Düsseldorf	50,4	1.725	606
Conexus AS, Drammen, Norwegen	54,83	5.195	329
Conexus Norge AS, Drammen, Norwegen	100	115	-272
Conexus Technology AS, Drammen, Norwegen	100	-1.426	80
Content Fleet GmbH, Hamburg	70,2	-973	-1.269
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100	50	*2.463
DSMDecaux GmbH, München	50	10.412	8.853
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100	12.611	*13.836
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51	1.614	145
DSM Rechtgesellschaft mbH, Köln	100	25	*44.387
DSM Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	31.031	205
DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main	100	1.453	*844
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	75,1	4.190	4.163
Erdbeerlounge GmbH, Köln	100	-832	-272
evidero GmbH, Köln	65	6	-377
FaceAdNet GmbH, Mannheim	52	872	791
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg	100	57	211
GIGA fixxoo GmbH, Berlin	75	3.379	-342

	Anteile am Kapital 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahres- ergebnis 2015 TEUR
GIGA Kino GmbH, Köln	100	25	*-176
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,1	1.848	468
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	96	52	20
iBillBoard Poland Sp. z.o.o, Warschau, Polen	100	109	66
INFOSCREEN GmbH, Köln	100	8.227	*30.007
Instytut Badań Outdooru IBO SP. z o.o., Warschau, Polen	40	-350	-389
Interactive Media CCSP GmbH, Darmstadt	100	4.460	1.975
Internet Billboard a.s., Ostrau, Tschechien	85	1.161	422
INTREN Informatikai Tanacsado es Szolgaltato Kft., Budapest, Ungarn	50,89	344	173
KissMyAds GmbH, Köln	100	-153	-448
Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri Anonim Sti., Istanbul, Türkei	50	138	-1
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen, Hamburg	51	562	487
Laeringslaben Fou AS, Drammen, Norwegen	100	-302	6
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	100	-37	-181
MBR Targeting GmbH, Berlin	79,07	-3.566	-1.493
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GmbH - GbR, Köln	50	66	66
mYouTime AS, Drammen, Norwegen	64,25	-117	-7
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti., Istanbul, Türkei	80	193	151
Omnea GmbH, Berlin	80	-963	-1.254
OnlineFussballManager GmbH, Köln	50,1	-527	-879
OSD Holding Pte. Ltd., Singapur, Singapur	36,46	905	124
Pacemaker AOS GmbH, Köln	93,33	-155	78
Permodo International GmbH, München	51	911	859
Permodo GmbH, München	100	509	485
RegioHelden GmbH, Stuttgart	90	-3.739	-3.272
RZV Digital Medya ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	100	-3.617	-3.260
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S., Istanbul, Türkei	100	1.604	526
SMD Rechtesgesellschaft GmbH, Köln	100	25	*20.977
SMD Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	9.450	89
SRG Rechtesgesellschaft GmbH, Köln	100	25	*22.688
SRG Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	14.409	78
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100	5.492	*17.975
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100	500	*9.597
Ströer Digital Media GmbH, Hamburg	100	974	*4.429
Ströer Digital Polska Sp. z o.o., Warschau, Polen	100	1	0
Ströer Entertainment Web GmbH, Köln	100	22	*-30
Ströer KAW GmbH, Köln	100	1.538	1.039
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100	180	*543

	Anteile am Kapital 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahres- ergebnis 2015 TEUR
STRÖER media brands AG, Berlin (vormals GIGA Digital AG, Berlin)	100	1.508	*2.302
Ströer Media Sp. z.o.K., Warschau, Polen	100	1.577	1.510
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100	-1	-4
Ströer Netherlands B.V., Amsterdam, Niederlande	100	2	1
Ströer Netherlands C.V., Amsterdam, Niederlande	100	400	399
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100	272	*19.365
Ströer Werbeträgerverwaltungs GmbH, Köln	100	25	*-3
TUBE ONE Networks GmbH, Hamburg	51	1.487	459
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50	971	182
VIP 24 AS, Drammen, Norwegen	100	-60	-19
Webguidez Entertainment GmbH, Berlin	100	453	-145
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50	10.228	1.794

* Ergebnis vor Ergebnisabführung

8. Konzernabschluss

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

9. Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Dirk Ströer hält 21,80 Prozent und Udo Müller 21,42 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Anhangs am 16. März 2016 sind uns die folgenden weiteren Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,60 Prozent, Allianz Global Investors Europe 5,88 Prozent und Credit Suisse 4,63 Prozent.

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

10. Erklärung gem. § 161 AktG zum Corporate-Governance-Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der SMH haben am 17. Dezember 2015 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG abgegeben und öffentlich auf der Internetseite der Gesellschaft (<http://ir.stroeer.de>) dauerhaft den Aktionären zugänglich gemacht.

11. 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 16. März 2016

Der Vorstand

Udo Müller

Christian Schmalzl

Dr. Bernd Metzner

Anlage 1 zum Anhang der Ströer Media SE, Köln

Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

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

Die Allianz Global Investors GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 14. Oktober 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft Ströer SE, Ströer-Allee 1, 50999 Köln, am 13. Oktober 2015 die Schwelle von 5% unterschritten hat und an diesem Tag 4,98 % beträgt. Dies entspricht 2.432.865 von insgesamt 48.869.784 ausgegebenen Stimmrechten der Gesellschaft.

Von diesen Stimmrechten sind der Allianz Global Investors GmbH 1,21 % nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen. Dies entspricht 591.910 von insgesamt 48.869.784 ausgegebenen Stimmrechten der Gesellschaft.

Die Deutsche Telekom AG, Bonn, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 02.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer SE, Köln, Deutschland am 02.11.2015 die Schwellen von 3%, 5% und 10% überschritten hat und an diesem Tag 11,59% beträgt. Dies entspricht 6.412.715 von insgesamt 55.282.499 Stimmrechten an der Ströer SE. Die Deutsche Telekom AG hat die Stimmrechte an der Ströer SE aufgrund einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage erworben.

Unter Bezugnahme auf die Stimmrechtsmitteilung gemäß § 21 Abs. 1 WpHG vom 2. November 2015 teilte uns die Deutsche Telekom AG, Bonn, Deutschland, am 4. November 2015 als Meldepflichtiger gemäß § 27a Abs. 1 Satz 1, Satz 3 und Satz 4 WpHG Folgendes mit:

1. Bei der Investition der Deutsche Telekom AG handelt es sich um eine langfristige Investition zur Erzielung von Handelsgewinnen.
2. Die Deutsche Telekom AG beabsichtigt nicht, innerhalb der nächsten zwölf Monate weitere Stimmrechte an der Ströer SE durch Erwerb oder auf sonstige Weise zu erlangen.
3. Die Deutsche Telekom AG strebt an, für eine Wahlperiode im Aufsichtsrat der Ströer SE bzw. nach Wirksamwerden des am 25. September 2015 beschlossenen Formwechsel der Ströer SE in die Ströer SE & Co. KGaA im Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA vertreten zu sein. Die Deutsche Telekom ist im Aufsichtsrat der Ströer Management SE, der persönlich haftenden Gesellschafterin der zukünftigen Ströer SE & Co. KGaA, vertreten. Darüber hinaus strebt die Deutsche Telekom AG keine Einflussnahme auf die Besetzung von Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorganen des Emittenten an.
4. Die Deutsche Telekom AG strebt keine wesentliche Änderung der Kapitalstruktur der Ströer SE, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis von Eigen- und Fremdfinanzierung und die

Dividendenpolitik, an.

5. Hinsichtlich der Herkunft der Mittel resultieren die erworbenen Stimmrechte aus neu ausgegebenen Aktien der Ströer SE, welche die Deutsche Telekom AG im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage als Gegenleistung für die Übertragung sämtlicher Anteile an der Digital Media Products GmbH erhalten hat.

Die Delphi Beteiligungsges. mbH, Unterhaching, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer SE, Köln, Deutschland am 20.11.2015 die Schwelle von 5% und 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,81% (das entspricht 1555773 Stimmrechten) betragen hat.

Die Media Ventures GmbH, Köln, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer SE, Köln, Deutschland am 20.11.2015 die Schwelle von 5% und 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0,00% (das entspricht 0 Stimmrechten) betragen hat.

Herr Dirk Ströer, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer SE, Köln, Deutschland am 20.11.2015 die Schwelle von 25% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 21,80% (das entspricht 12052263 Stimmrechten) betragen hat. 2,81% der Stimmrechte (das entspricht 1555773 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen. 0,0009% der Stimmrechte (das entspricht 490 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Die SAMBARA STIFTUNG, Vaduz, Liechtenstein hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer SE, Köln, Deutschland am 20.11.2015 die Schwelle von 5% und 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0,00% (das entspricht 0 Stimmrechten) betragen hat.

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Green Towers Holding B.V., Amsterdam, Niederlande

3. Art der Schwellenberührung:

Überschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

03.06.2013

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 48869784

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Ausübungszeit-

raum: von 03.06.2013 bis 30.04.2019

Fälligkeit:

Verfall:

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Green Towers Holding B.V., Amsterdam, Niederlande

3. Art der Schwellenberührung:

Unterschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

20.11.2015

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

0% (entspricht 0 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG: -

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Dacapo 2 GmbH, Berlin, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Überschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

03.06.2013

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 48869784

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

Kette der kontrollierten Unternehmen:

Green Towers Holding B.V.
ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Ausübungszeit-
raum: von 03.06.2013 bis 30.04.2019

Fälligkeit:

Verfall:

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Dacapo 2 GmbH, Berlin, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Unterschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

20.11.2015

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG: -

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:
Avalanche GmbH, Berlin, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:
Überschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:
5%

5. Datum der Schwellenberührung:
03.06.2013

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:
6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)
bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 48869784

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:
Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:
6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)
davon mittelbar gehalten:
6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)
Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:
0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:
Kette der kontrollierten Unternehmen:
Green Towers Holding B.V., Dacapo 2 GmbH
ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Ausübungszeit-
raum: von 03.06.2013 bis 30.04.2019
Fälligkeit:
Verfall:

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:
Ströer SE
Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:
Avalanche GmbH, Berlin, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Unterschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

20.11.2015

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG: -

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Herr Matthias Rumpelhardt, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Überschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%

5. Datum der Schwellenberührung:

03.06.2013

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 48869784

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:
6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)
davon mittelbar gehalten:
6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)
Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:
0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:
Kette der kontrollierten Unternehmen:
Green Towers Holding B.V., Dacapo 2 GmbH, Avalanche GmbH
ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Ausübungszeit-
raum: von 03.06.2013 bis 30.04.2019
Fälligkeit:
Verfall:

Stimmrechtsmitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG
Wir haben folgende Mitteilung nach § 25 Abs. 1 WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:
Ströer SE
Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland
2. Mitteilungspflichtiger:
Herr Matthias Rumpelhardt, Deutschland
3. Art der Schwellenberührung:
Unterschreitung
4. Betroffene Meldeschwellen:
5%
5. Datum der Schwellenberührung:
20.11.2015
6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:
0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)
bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499
7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:
Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:
0% (entspricht 0 Stimmrechten)
davon mittelbar gehalten:
0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)
Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:
0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG: -

Stimmrechtsmitteilung nach § 25a WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25a WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Herr Udo Müller, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Überschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

5%, 10%, 15%, 20%, 25% und 30%

5. Datum der Schwellenberührung:

03.06.2013

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

31,15% (entspricht 15224273 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 48869784

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG:

6,93% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

24,22% (entspricht 11838500 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG:

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Bei dem Instrument handelt es sich um ein Fiduciary Agreement betreffend die Anteile an Green Towers Holding B.V. ('GHT'). GHT wiederum hat am 03.06.2013 eine Call-Option auf Aktien der Ströer SE erworben (Ausübungszeitraum: 03.06.2013 - 30.04.2019).

Stimmrechtsmitteilung nach § 25a WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25a WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Herr Udo Müller, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Unterschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

30%

5. Datum der Schwellenberührung:

02.11.2015

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

27,54% (entspricht 15224273 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG:

6,12% (entspricht 3385773 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

21,41% (entspricht 11838500 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG:

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Bei dem Instrument handelt es sich um ein Fiduciary Agreement betreffend die Anteile an Green Towers Holding B.V. ('GTH'). GTH wiederum hat am 03.06.2013 eine Call-Option auf Aktien der Ströer SE erworben (Ausübungszeitraum: 03.06.2013 - 30.04.2019).

Stimmrechtsmitteilung nach § 25a WpHG

Wir haben folgende Mitteilung nach § 25a WpHG am 23.11.2015 erhalten:

1. Emittent:

Ströer SE

Ströer Allee 1, 50999 Köln, Deutschland

2. Mitteilungspflichtiger:

Herr Udo Müller, Deutschland

3. Art der Schwellenberührung:

Unterschreitung

4. Betroffene Meldeschwellen:

25%, 20%, 15%, 10% und 5%

5. Datum der Schwellenberührung:

20.11.2015

6. Mitteilungspflichtiger Stimmrechtsanteil:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

bezogen auf die Gesamtmenge der Stimmrechte des Emittenten in Höhe von: 55282499

7. Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteil aufgrund von (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25 WpHG:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,00% (entspricht 0 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

21,46% (entspricht 11863100 Stimmrechten)

8. Einzelheiten zu den (Finanz-/sonstigen) Instrumenten nach § 25a WpHG: -

Die Allianz Global Investors GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 25. November 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Gesellschaft Ströer SE, Ströer Allee 1, 50999 Köln, am 20. November 2015 die Schwelle von 5% überschritten hat und an diesem Tag 5,88 % beträgt. Dies entspricht 3.249.040 von insgesamt 55.282.499 ausgegebenen Stimmrechten der Gesellschaft.

Von diesen Stimmrechten sind der Allianz Global Investors GmbH 1,69 % nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen. Dies entspricht 935.822 von insgesamt 55.282.499 ausgegebenen Stimmrechten der Gesellschaft.

BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

Die in diesem Bericht über die Lage der Ströer SE (vormals „Ströer Media SE“, seit dem 1. März 2016 „Ströer SE & Co. KGaA“, im Folgenden „Ströer SE“) und des Konzerns vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

Geschäftsmodell

Die Ströer SE, Köln (vormals: Ströer Media SE, Köln) ist einer der führenden Anbieter der Vermarktung von Außen- und Online-Werbeflächen und bietet den werbungstreibenden Kunden individualisierte und integrierte Kommunikationslösungen an. Das Portfolio von Branding und Performance-Produkten eröffnet den Kunden neue Möglichkeiten der exakten Zielgruppenansprache und erhöht gleichzeitig die Relevanz der Ströer Gruppe als Ansprechpartner für Mediaagenturen und Werbungtreibende.

Das Geschäftsmodell basiert auf dem Angebot von klassischen Medien der Außenwerbung und den in Bahnhöfen und Einkaufszentren installierten Bildschirmen des Public Video-Netzwerks sowie der Online-Display- und Video-Vermarktung über das stationäre Internet und mobile Endgeräte und Tablets. Hierdurch können wir den Werbungtreibenden eine Plattform für optimal ausgesteuerte Kampagnen anbieten, welche große Reichweite mit einer genauen Ansteuerung der Zielgruppen verbindet.

Hervorzuheben sind die Entwicklungsabteilungen für Online- und Außenwerbung. Darüber hinaus verfügt Ströer auf der Vermarktungsseite über die notwendige Marktpräsenz, um national und regional tätigen Kunden eine flächendeckende Außenwerbung und auch Online-Produkte anbieten zu können. Mit unseren europaweit rund 90 Büros unterhalten wir intensive Beziehungen zu unseren Vertragspartnern und bieten unseren Werbekunden gleichzeitig eine Vielzahl verschiedener Kommunikationsmöglichkeiten an. Die Verkaufsorganisationen in den jeweiligen Ländern steuern die von Zielgruppenanalysen und Marktforschungen begleiteten Vertriebs- und Marketingaktivitäten und bedienen regionale wie nationale Werbungtreibende, Mediaagenturen und Spezialmittler.

Die Ströer Gruppe nutzt positive Skaleneffekte auf der Kostenseite, die unter anderem bei Finanzen, Einkauf, Entwicklung, Informationstechnologie, Rechtsberatung und Personalwesen zur Geltung kommen, ebenso wie Synergien, die sich aus dem Zusammenwirken der einzelnen Segmente und Gesellschaften ergeben. Ein Beispiel hierfür ist die segmentübergreifende Bündelung der Bewegtbild-Werbung in der Ströer Digital Media GmbH (Ströer Digital Media).

Segmente und Organisationsstruktur

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2015 hat Ströer seine interne Steuerung und damit auch die Segmentierung seiner Geschäftsbereiche an die aktuellen Entwicklungen und an die neue Ausrichtung des Konzerns angepasst. In diesem Zusammenhang wurde das Public-Video-Geschäft, das bisher als digitales Geschäft dem Segment Ströer Deutschland angehörte, dem Segment Ströer Digital zugeordnet. Damit stellt das verbleibende Deutschland-Segment seither ausschließlich das deutsche Außenwerbegeschäft ohne das Public-Video-Geschäft dar, was sich entsprechend in der neuen Bezeichnung „Out-of-Home Deutschland (OOH Deutschland)“ widerspiegelt. Auch im Hinblick auf unser internationales Out-of-Home-Geschäft haben wir unsere interne Steuerung optimiert. In diesem Zuge wurden die Bereiche Ströer Türkei, Ströer Polen und BlowUp Media in einem neuen Segment „Out-of-Home International (OOH International)“ zusammengefasst. Die Vorjahreszahlen wurden jeweils entsprechend der neuen Segmentierung rückwirkend angepasst.

Die Reporting-Segmente der Ströer Gruppe bestehen aus dem Segment Ströer Digital, dem Segment OOH Deutschland sowie dem Segment OOH International. Diese sind in enger Abstimmung mit der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer SE operativ eigenständig am Markt tätig.

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmens-internen Steuerung finden Sie auf Seite 21

Die Abstimmung bezieht sich insbesondere auf die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung 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 Versorgung mit ausreichender Liquidität verschafft den operativen Einheiten die notwendige Flexibilität, um Chancen im Markt kurzfristig nutzen zu können.

Digital-Geschäft

Segment Ströer Digital

Im Segment Ströer Digital bietet die Ströer Gruppe digitale Werbeflächen im Internet, auf mobilen Endgeräten und im öffentlichen Raum als Public Video-Netzwerk an. In das Segment fallen insbesondere die Zwischenholdinggesellschaften Ströer Digital Group GmbH, Köln (Ströer Digital Group), Ströer Digital International GmbH, Köln (Ströer Digital International, vormals Ballroom International GmbH), Ströer Venture GmbH, Köln (Ströer Venture), die Ströer Content Group GmbH, Köln (Ströer Content Group, vormals Ströer Venture GmbH) mit ihren jeweiligen Tochtergesellschaften sowie die Digital Media Products GmbH, Darmstadt (Digital Media Products). Die Ströer Digital Group nimmt mit ihren verschiedenen Tochtergesellschaften eine starke Position im Bereich der Werbeermarktung in Deutschland ein und deckt die komplette Wertschöpfungskette der digitalen Vermarktung ab: von klassischer Online-Bannerwerbung über Sonderwerbformate und individuelle Werbeintegrationen bis hin zu Video und Mobile Advertising. Analog ist die Ströer Digital International in den Märkten außerhalb von Deutschland aufgestellt. Die Ströer Venture fokussiert sich auf datengetriebene Geschäftsmodelle. Die Ströer Content Group beschäftigt sich mit der Weiterentwicklung unserer digitalen Assets. Die Digital Media Products mit der Tochtergesellschaft InteractiveMedia CCSP GmbH, Darmstadt (InteractiveMedia) repräsentiert den Erwerb des Portalgeschäfts t-online.de und des Vermarkters.

Display- und Mobilevermarktung

Mit seinem Portfolio aus über 600 Webseiten und einer Reichweite von zirka 44 Millionen Unique Usern¹ nimmt Ströer Digital Media Platz 1 im Vermarkter-Ranking der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ein und zählt damit zu den bedeutendsten Display und Mobile Vermarktern im deutschen Werbemarkt.² Im Bereich der Onlinewerbeermarktung verfügt Ströer über eine Vielzahl an Direktmandaten, ebenso wie über eine automatisierte Technologieplattform (sowohl für die Demand- als auch Supply-side).

Im Berichtsjahr hat die Ströer SE ihre Reichweite im Bereich der Display- und Mobilevermarktung insbesondere durch die Akquisition des Vermarkters InteractiveMedia erweitert. Ausserdem leitete die Ströer SE im Berichtsjahr die Übernahme der OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Düsseldorf, (OMS) ein, die im Januar 2016 vollzogen wurde. Im Mobile-Bereich wird die Ströer SE ihr Portfolio durch die Exklusiv-Vermarktung des Musik-Identifikationsdienstes Shazam Entertainment Ltd (Shazam) deutlich verstärken.

InteractiveMedia vermarktet insbesondere t-online.de. Das t-online Portal wurde im Berichtsjahr als Bestandteil der Gesellschaft Digital Media Products von der Deutschen Telekom AG erworben. t-online.de ist Deutschlands führendes Webportal und erreicht pro Monat rund 31 Millionen User.³ Zum Portfolio der t-online gehören neben dem E-Mail-Zugang auch Content-Angebote wie wetter.info, wanted.de und zuhause.de sowie bestimmte Nachrichten. Neben t-online.de vermarktet InteractiveMedia als Premium Online Vermarkter auch kicker.de, gutefrage.de, vital.de, wetter.info sowie viele weitere Webseiten.

¹ pro Monat

² Quelle: Hochrechnung des Vermarkter-Rankings nach Zusammenführung der Angebote von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS auf Basis des AGOF digital facts 09/2015

³ Quelle: AGOF digital facts 10/2015, Ranking Gesamtangebote Digital

Rich Media⁴ und Native Advertising⁵ werden dabei mit klassischen Display-Werbeformaten und neuen Bewegtbild-Produkten intelligent verknüpft. Parallel entwickelt InteractiveMedia, Pionier im Programmatic Advertising, kontinuierlich innovative Werbeformate auch für den automatisierten Handel. Für umfeldorientierte Werbung stellt der Premium-Vermarkter seinen Kunden ein einzigartiges Vermarktungsportfolio an renommierten Medienmarken und Apps sowie thematisch orientierte Verticals zur Verfügung.

OMS ist einer der stärksten Premiumvermarkter von hochwertigen redaktionellen Umfeldern regionaler Tageszeitungen und bietet Werbekunden die Ansprache attraktiver Zielgruppen mit Display-, Mobile- und Bewegtbild-Kampagnen über alle Screens.

Shazam ist ein Musik-Identifikationsdienst für Mobiltelefone und Smartphones und hat 7 Millionen aktive Nutzer und 36 Millionen Downloads pro Monat.

Neben den oben genannten Akquisitionen hat Ströer im letzten Jahr sein Portfolio um eine Vielzahl von eigenen Webseiten erweitert, die hauptsächlich unter der Ströer Content Group geführt werden. Hierbei fokussiert sich Ströer auf den Ansatz des Performance Publishing. Dabei werden Inhalte auf Basis der Trafficqualität im Netz ausgewertet und erstellt. Dies führt zu einer stärkeren Trafficgenerierung auf der Webseite. Ein Baustein ist hierbei die Akquisition der Content Fleet GmbH, Hamburg, (Content Fleet) – ein bedeutendes Unternehmen im Bereich der Inhalteoptimierung. Ströer bietet zum ersten Mal Kreation, Distribution und Monetarisierung aus einer Hand. Content Fleet verfügt über proprietäre, performance gesteuerte Technologielösungen, die große Datenmengen in Echtzeit verarbeiten, auswerten und interpretieren können, damit detaillierte Erkenntnisse in Echtzeit an den Kunden geliefert werden können.

Auch im Bereich der automatisierten Vermarktung von Werbeplätzen ist Ströer marktstark. Die Technologieplattform wird weitestgehend über die Tochtergesellschaften adscale GmbH (adscale) in München und die MBR Targeting GmbH (MBR) in Berlin zur Verfügung gestellt.

adscale ist einer der größten Marktplätze für digitale Werbung in Deutschland. Im Berichtsjahr hat die adscale ihre Supply-side Plattform stark erweitert und durch einen cross-media Marketplace ergänzt. Publisher können somit crossmediale Angebotspakete aus Video-, Mobile- und Displayinventar schnüren, auf die dann ausgewählte Advertiser einen exklusiven Zugriff haben. Insgesamt können auf adscale Werbungtreibende für ihre Kampagnen aus einem Portfolio von über 6.000 Webseiten ihre Zielgruppen herausfiltern. Monatlich werden rund 42 Millionen Unique Visitors erreicht und rund 5 Milliarden Page Views erzielt (Stand Ende 2015).⁶ adscale erreicht mit seinem breit gefächerten Portfolio von rund 6.000 Webseiten mehr als drei Viertel aller deutschen Internetnutzer.⁶

Die MBR verfügt über proprietäre Technologien für die exakte Identifizierung von Online-Zielgruppen, die Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen sowie die Generierung von Neukunden im digitalen Bereich. Über den Consumer-Action-Mining (CAM)-Algorithmus können anonymisierte Daten zum Surfverhalten der Nutzer gesammelt und in Echtzeit für die Zuordnung von Produkten zu Konsumenten genutzt werden.

4 Rich Media bezeichnet Online-Inhalte, die optisch und akustisch durch beispielsweise Video, Audio und Animation angereichert sind

5 Native Advertising ist eine Methode, bei der verschiedene Werbeformen in einem redaktionellen Umfeld platziert werden

6 Quelle: comScore, November 2015

Video

Im Bereich Video bietet Ströer verschiedene Formate an: Public Video Screens (in Bahnhöfen, Shopping Malls, U-Bahn-Stationen), Online-Video sowie ein führendes WEB TV-Angebot.

Ströer verfügt über zirka 3.500 Public Video Screens in Einkaufszentren, Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen. Public Video ist eine neue Art des Medienkanals und ein Komplementärmedium zum klassischen TV. Es kann direkt mit Kampagnen im Online-Bereich verzahnt werden. Public Video Screens können im Gegensatz zu linearem TV die Konsumenten auf ihrer Customer Journey begleiten und sind deshalb als Produkt einzigartig. Über bestimmte zeitliche Werbeschleifen können Konsumenten direkt und gezielt angesprochen werden. Im Online-Bereich eröffnet das Format Video auf einer Vielzahl an Webseiten Möglichkeiten Premium-Inhalte anzubieten. Daneben verfügt Ströer mit TUBE ONE Networks GmbH (TubeOne) über ein führendes Web TV-Angebot, eines der größten sozialen Videonetze in Deutschland. TubeOne vermarktet rund 150 Künstler und generiert im Monat zirka 650 Million Video Views (inkl. 50 Millionen Social Views). Die YouTube-Kanäle von Stars wie Simon Desue oder DieAussenseiter haben weit mehr als eine Million Abonnenten. Online und Public Video sprechen gerade die jungen und mobilen Zielgruppen an, die auf Bewegtbild positiv reagieren und durch lineares Fernsehen immer weniger erreicht werden.

Transactional

Neben den klassischen Werbeerlösen durch die Vermarktung von Webseiten möchte sich die Ströer SE auch auf andere digitale Geschäftsmodelle wie z. B. E-Commerce, Shopping sowie Subscription-basierte Erlösmodelle konzentrieren.

Im Berichtsjahr hat Ströer bereits mehrere wegweisende Akquisitionen auf den Weg gebracht. Die Übernahme der Conexus AS, Drammen, (Conexus) erfolgte im vierten Quartal. Die Übernahme der Statista GmbH, Hamburg, (Statista) wurde im ersten Quartal 2016 abgeschlossen.

Conexus ist Marktführer für Big Data-basierte, digitale Bildungslösungen und Lernmaßnahmen im skandinavischen Bildungssektor. Conexus ist in der Lage komplexe Wertschöpfungsketten abzubilden und große Datenmengen in Höchstgeschwindigkeit zu analysieren. Conexus liefert zukunftsweisende Infrastrukturlösungen, die bereits in rund 75 Prozent aller Schulen und Lernrichtungen in Norwegen zum Einsatz kommen.

Statista ist eine bedeutende globale Daten- und Business-Plattform. Statista ermöglicht Kunden deutliche Effizienz- und Kostenvorteile für das Auffinden von Business-relevanten Informationen, vorwiegend in der Form von Statistiken. Die Plattform erlaubt Zugriff auf rund eine Million Statistiken aus mehr als 18.000 Quellen. Aus den erhobenen Daten entwickelt Statista kontinuierlich neue, innovative und datenbasierte Produkte, die überwiegend mit Partnern vermarktet werden.

Statista und Conexus werden gesellschaftsrechtlich in der neu gegründeten Ströer Venture gebündelt. Die Ströer Venture wird sich weiterhin auf die Entwicklung von disruptiven und digitalen Geschäftsmodellen fokussieren.

Internationale Online-Vermarktung

Die Ströer Digital International ist eines der größten Vermarktungsnetzwerke für Online-Werbung mit Fokus auf die südosteuropäischen Märkte, dessen Portfolio sich von Ad exchange über Video- und Display-Werbung bis hin zu Performance-Marketing erstreckt. Hierfür verwendet die Ströer Digital International proprietäre Technologien, von Real Time Bidding über Ad-Server- und Video-Lösungen bis hin zu Targeting-Bausteinen.

Außenwerbebusiness

Basis des Außenwerbebusiness 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 Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung. Unser Produktportfolio erstreckt sich auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien (Billboard) über die Werbung auf Wartehallen (Street Furniture) und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten. Das digitale Außenwerbebusiness, welches auf Public Video beruht, ist aufgrund der Geschäftsnähe und der Technologie unter das Digital-Geschäft subsumiert.

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.

Segment Out-of-Home Deutschland

Das Segment OOH Deutschland wird operativ durch die Ströer Media Deutschland GmbH (Ströer Media Deutschland) geführt. Der Sitz der Geschäftsführung befindet sich am Standort der Hauptverwaltung in Köln. Die Ströer Media Deutschland ist zusammen mit ihren zahlreichen Tochtergesellschaften in allen Produktgruppen des Konzerns (Street Furniture, Billboard, Transport, Sonstige) mit Ausnahme von Digital 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 Ströer SE 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 Out-of-Home International

Im Segment OOH International sind unsere türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUp Media GmbH (BlowUp Media) gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Das Unternehmen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. führt das operative Geschäft in der Türkei, an welchem der Ströer Konzern mit 90 Prozent beteiligt ist. Ströer ist in sieben der zehn größten türkischen Städte vertreten und in allen Produktgruppen tätig. Mit rund 48.000 vermarktbareren Werbeflächen in zirka 20 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb den größten Marktanteil.

Das polnische OOH-Geschäft wird durch die Ströer Polska Sp. z o.o. geführt. In Polen teilt sich Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Nr. 1 Position. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 12.000 vermarktbareren Werbeflächen in zirka 120 Städten und Gemeinden vertreten und in allen Produktgruppen des Konzerns tätig.

BlowUp Media ist ein marktstarker westeuropäischer Anbieter von Riesenpostern mit Größen bis über 1.000 Quadratmeter, die auf Gebäudefassaden platziert werden. Die Gesellschaft vermarktet aktuell mehr als 300, 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 Portfolio-management. BlowUp Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent.

Beteiligungen und Standorte

Die nachfolgende Übersicht zum 31. Dezember 2015 stellt vereinfacht die wesentliche Beteiligungsstruktur sowie deren Zuordnung zu den Kernmärkten dar.

Ströer SE										
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	90%	100%	100%	
Führungs- gesellschaft	Ströer Media Deutschland GmbH	Ströer Digital Group GmbH	Ströer Digital International GmbH	Ströer Venture GmbH	Ströer Content Group GmbH	Digital Media Products GmbH	Ströer Kentvi- zyon Reklam Pazarlama A.S.	Ströer Polska Sp. z.o.o.	BlowUp Media GmbH	
Geografische Aktivität	Deutschland/ Niederlande	Deutschland/ Neuseeland	Deutschland/ Ungarn, Türkei/Polen/ Tschechien	Deutschland/ Norwegen	Deutschland	Deutschland	Türkei	Polen	Deutschland/ GB/Belgien/ Spanien/ Niederlande	
Beteiligungs- gesell- schaften*	25	7	8	9	10	1	1	3	4	
Segment- umsatz 2015	464 EURm		243 EURm				143 EURm			
Segment	OOH Deutschland		Ströer Digital				OOH International			

* Anzahl der vollkonsolidierten Gesellschaften

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand der Ströer SE besteht zum 31. Dezember 2015 aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Udo Müller (CEO), Christian Schmalzl (COO) und Dr. Bernd Metzner (CFO) an. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	Oktober 2019	Vorstandsvorsitzender Strategie
Dr. Bernd Metzner	Juni 2014	Juni 2017	Finanzvorstand Konzern-Finanzen und Steuern Konzern-Personalwesen Konzern-IT Konzern-Recht Konzern-M&A/Corporate Finance Konzern-Revision Konzern-Investor-Relations Konzern-Einkauf Konzern-Risikomanagement Konzern-Accounting Konzern-Controlling
Christian Schmalzl	November 2012	Oktober 2019	Leitung und Steuerung von Landes- und Digitalgesellschaften Konzern-Business-Development Konzern-Unternehmenskommunikation

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

Der Aufsichtsrat besteht zum 31. Dezember 2015 aktuell aus drei Mitgliedern, Herrn Christoph Vilanek, Herrn Vicente Vento Bosch sowie Herrn Ulrich Voigt. 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 § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält. Daneben geben Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage der Ströer SE (<http://www.stroeer.com>) veröffentlicht.

Märkte und Einflussfaktoren

Mit ihrem Geschäftsmodell agiert die Ströer Gruppe auf den Märkten für Außenwerbung sowie der Online- und Mobil-Vermarktung. Die wirtschaftliche Lage wird naturgemäß durch die bearbeiteten Werbemärkte beeinflusst, die ihrerseits stark auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung, das Verhalten von Konsumenten, Werbungtreibenden und Mediaagenturen reagieren. Spezieller Einflussfaktor für die Außenwerbung sind die Rahmenbedingungen hinsichtlich der durch Kommunen eingeräumten Werberechtskonzessionen.

Kunden buchen ihre Aufträge in der Außenwerbebranche teilweise mit einer Vorlaufzeit von nicht viel mehr als acht Wochen. Dies unterstreicht den Trend zu immer kürzeren Vorausbuchungsfristen. Die saisonalen Schwankungen im Auftragsbestand verlaufen analog zur Entwicklung des übrigen Medienmarktes. Schwerpunkte der Außenwerbeaktivitäten liegen 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 sind die Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung noch einmal kürzer. 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, Real Time 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. Sollte es 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.

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

Der Einsatz von sogenannten Ad Blockern gewinnt zunehmend an Bedeutung. Hierbei können Anwender die Anzeige von Werbung auf Webseiten verhindern. Gleichzeitig werden in ähnlichem Maße technische Möglichkeiten entwickelt, diese Ad Blocker zu umgehen.

Insgesamt ist die Ströer Gruppe mit ihrem integrierten Portfolio sehr gut positioniert, um von den mittel- bis langfristigen Markttrends zu profitieren. Erwartungsgemäß wird sich der Markt immer unmittelbarer am Mediennutzer und dessen Nutzungsverhalten orientieren, welches stärker auf den Medienkonsum über mobile Endgeräte im privaten, beruflichen und öffentlichen Umfeld ausgerichtet ist. Hierdurch verschwimmen die Grenzen zwischen den einzelnen Content-Kanälen, sodass die zentral gesteuerte Online-Vermarktung in den Vordergrund rückt.

Dabei gewinnen zugleich Performance-Produkte an Bedeutung, zumal sich Zielgruppen durch die Analyse großer Datenmengen und Targeting-Technologien immer exakter ansteuern lassen. Ein überproportionales Wachstum im Online-Werbemarkt wird für das Bewegtbild- und Mobile-Angebot erwartet. Zugleich besteht ein erhebliches Potenzial für regionale Online-Werbekampagnen. Die Außenwerbung wird ebenfalls von der digitalen Weiterentwicklung beeinflusst, wird jedoch als einziges Medium ihre physische Präsenz behalten.

Strategie und Steuerung

Wertorientierte Strategie

Mit der Erweiterung des Geschäftsmodells und dem Aufbau des Online-Portfolios hat sich auch die wachstums- und wertorientierte Strategie der Ströer Gruppe maßgeblich weiterentwickelt. Als einer der ersten voll integrierten digitalen Vermarkter haben wir unsere Strategie darauf ausgerichtet, Erlös- und Ertragspotenziale aus der Verzahnung von klassischer und digitaler Außenwerbung mit der Online-Display- und Video-Vermarktung zu kombinieren. Klassische Außenwerbekampagnen, die vorrangig auf die Erhöhung der Markenbekanntheit (Branding) ausgerichtet sind, werden gezielt durch attraktive und innovative Produkte und Lösungen des Performance-Marketings erweitert. Gleichzeitig diversifiziert Ströer die werblich dominierten Erlösströme in Richtung Subscription und E-Commerce.

Wir sind ein großes digitales Multi-Channel-Medienhaus, welches auf Big Data, Digital Content- und Aussenwerbe-Infrastruktur fußt. Unsere Aktivitäten sind auf fünf strategische Wachstumsfelder ausgerichtet:

- Digitalisierung der Außenwerbung in Deutschland
- First-Party-Content-Geschäft – Weiterentwicklung digitaler Assets
- Lokale Märkte – Steigerung lokaler und regionaler Werbeerlöse
- Nationaler Markt – Etablierung als einer der führenden cross-medialen Vermarkter in Deutschland
- Ventures – Fokus auf disruptive und datenbasierte, digitale Geschäftsmodelle

Digitalisierung der Außenwerbung in Deutschland

Die Digitalisierung der Außenwerbung ist eines der zentralen Investitions- und Wachstumsfelder unseres Unternehmens. Gezielte Investitionen in innovative Premiumformate, Marktforschung und Reichweitenmessung sichern eine hervorgehobene Technologieposition der Ströer Gruppe auch in der Außenwerbung ab. Schwerpunkt ist die Entwicklung besonders leistungsfähiger, funktionaler und wartungsfreundlicher Lösungen, die durch ein zeitgemäßes Design überzeugen.

Die Aktivitäten waren im Jahr 2015 wesentlich durch konsequente Weiterführung der Modularisierung und Standardisierung des Produktportfolios zur Steigerung der Produktqualität geprägt. Daneben waren die Optimierung der Beleuchtungs-/Hinterleuchtungssysteme der Werbeträger und der hiermit verbundenen Reduzierung des Energieverbrauchs im Bereich bestehender Produktreihen Schwerpunkte der Produktentwicklung. Seit dem Jahr 2014 sind bereits 26.500 Standorte der Ströer Gruppe auf LED-Betrieb umgerüstet worden.

Entscheidend für die Attraktivität von Public Video für die Werbe- und Mediaagenturen ist die Synchronisierung der Screens, wodurch eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung und die visuelle Dominanz der werblichen Videobotschaft sichergestellt sind. Im Berichtsjahr haben wir die Anzahl unserer Public Video Screens bereits um etwa 17 Prozent von ca. 3.000 Screens auf 3.500 Screens erhöht.

Die digitale Weiterentwicklung beinhaltet unter anderem auch LED-Videoboards, welche im Outdoor-Bereich eingesetzt werden können. In 2014 wurden bereits doppelseitige LED-Anlagen projektiert und getestet, die in 2015 im deutschen Markt eingeführt wurden. In Wuppertal sowie in Hamburg bieten wir zum ersten Mal digitale Roadside-Flächen an. In den nächsten Jahren werden deutschlandweit weitere Städte wie z. B. Köln folgen.

Nach unserem erfolgreichen iBeacon-Testfeld (Düsseldorf) in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn haben wir damit begonnen, bundesweit 50.000 iBeacons zu installieren. Durch den Einsatz der auf Bluetooth Low Energy basierenden Technik lässt sich die analoge mit der digitalen Welt verbinden. Insbesondere Handelskunden können von der Entwicklung profitieren, weil sich über die iBeacon-Technologie die Mechaniken des E-Commerce in den stationären Handel integrieren lassen. Zeitlich und örtlich pointierte Zusatzinformationen zu Produkten, Werbeaktionen oder Coupons sprechen auf diese Weise den Konsumenten unmittelbar an und können ihn zum Point of Sale (POS) lenken.

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 zentralen Partner für die werbungstreibende 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. Im Berichtsjahr hat Ströer zum ersten Mal die „Visible Brands“-Auszeichnung etabliert.

Zusätzlich unterstützen wir die Initiative der führenden Außenwerbeanbieter hinsichtlich einer systematischen Reichweitenanalyse in unseren Kernmärkten. In der Türkei und Polen haben wir Reichweitenmesssysteme eingeführt, welche mit dem international anerkannten Reichweitenmesssystem POSTAR vergleichbar sind.

Die Produktentwicklung im Bereich Außenwerbung umfasst zum Ende 2015 rund 28 Mitarbeiter.

First-Party-Content-Geschäft – Weiterentwicklung digitaler Assets

2014 haben wir damit begonnen, das Geschäftsfeld Digital Content aufzubauen. Im Jahr 2015 gehörten wir bereits zu einem der größten digitalen Publisher in Deutschland. Das Geschäftsfeld basiert auf einem disruptiven, technologie- und performance-orientierten Geschäftsmodell. Hierbei geht es vor allem um die Monetarisierung von Inhalten und Maximierung von Traffic durch unseren Performance Publishing-Ansatz.

Das bisher aufgebaute Portfolio umfasst neben dem in 2015 erworbenen Portal t-online.de insbesondere den ebenfalls in 2015 erworbenen, Inhalte- und Technologie-Spezialisten Content Fleet. Darüber hinaus haben wir in 2015 einen Vertrag zum Erwerb von Statista mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1./2. Februar 2016 geschlossen. Statista ist eine globale Daten- und Geschäfts-Plattform. Statista ermöglicht Kunden deutliche Effizienz- und Kostenvorteile für das Auffinden von geschäftsrelevanten Informationen, vorwiegend in der Form von Statistiken. Die Plattform erlaubt Zugriff auf rund eine Million Statistiken aus mehr als 18.000 Quellen. Aus den erhobenen Daten entwickelt Statista kontinuierlich neue, innovative und datenbasierte Produkte, die überwiegend mit Partnern vermarktet werden.

Unter der STRÖER media brands AG, Berlin, (Ströer Media Brands, vormals GIGA Digital AG) bündeln wir die Themenschwerpunkte Apple, Android, Software und Film.

Zur Vervollständigung unseres Portfolios werden wir auch in Zukunft weiterhin einzelne attraktive Publisher in unser Portfolio aufnehmen.

Lokale Märkte – Steigerung lokaler und regionaler Werbeerlöse

Werbung im lokalen oder regionalen Umfeld verteilt sich in Deutschland größtenteils auf Anzeigenblätter und Tageszeitungen. Aus der Verlagerung der Werbebudgets von lokalen Print- hin zu lokalen Online-Angeboten ergibt sich hier ein erhebliches Wachstumspotenzial. Insbesondere aufgrund der relativ kleinen Marketingbudgets, die im lokalen Umfeld auf die einzelnen, zumeist mittelständischen Werbungtreibenden entfallen, besteht überdies ein hoher Bedarf an standardisierten Lösungen.

Beim Aufbau der lokalen Märkte kann die Ströer Gruppe auf ihrer breiten Kundenbasis und der Vertriebsstärke aus den klassischen Out-of-Home-Aktivitäten aufsetzen. Neben unserer bestehenden starken regionalen Präsenz mit deutschlandweit rund 40 Büros planen wir zur Stärkung unseres regionalen Vertriebs neben strukturellen Verbesserungen, die Einstellung von weiteren Vertriebsmitarbeitern (sogenannte „Hunter“) zur Akquise neuer Kunden.

Im Berichtsjahr haben wir außerdem unser Angebot auf lokaler und regionaler Ebene um digitale Produkte erweitert. Durch die Akquisition der RegioHelden GmbH, Stuttgart, können wir nun auch lokalen Kunden ganzheitliche Dienstleistungen im Bereich der Online-Werbevermarktung anbieten. Wir konzentrieren uns hierbei insbesondere auf das Kampagnenmanagement im Bereich der Suchmaschinenoptimierung. Durch eine detaillierte und transparente Erfolgskontrolle der Werbung lassen sich die klassischen Streuverluste der Printwerbung vermeiden sowie neue Zielgruppen im lokalen Umfeld erreichen.

Im Berichtsjahr haben wir bereits erfolgreich den Umsatz auf der regionalen Ebene ausgebaut. Ergänzend haben wir unsere regionale Salesforce weiter verstärkt. Wir haben nun mehr als 300 Außendienstmitarbeiter auf regionaler Ebene. Seit diesem Jahr bieten wir auf regionaler Ebene zum ersten Mal Produkte im Außenwerbebereich sowie im Digitalbereich aus einer Hand an. Durch die weitgehende Ausschöpfung des strukturellen Wachstumspotenzials sollen die Nettowerbeerlöse aus lokaler und regionaler Werbung überproportional ansteigen.

Nationaler Markt – Etablierung als einer der führenden Vermarkter in Deutschland

Ströer ist heute schon einer der größten Vermarkter in Deutschland und wir wollen unsere Position weiter ausbauen. Die Konsolidierung ist hierbei der Schlüssel zum Erfolg. Nach der Akquisition von InteractiveMedia und OMS (mit wirtschaftlicher Wirkung zum 19. Januar 2016) sind wir – neben der Außenwerbung – nun auch im Bereich der nationalen Online-Vermarktung an der vordersten Position.

Das besondere Wachstumspotenzial unserer Multi-Screen-Produkte und unserer Vermarktungsposition resultiert aus der zunehmenden Mediennutzung über verschiedene Bildschirme hinweg, sowohl im öffentlichen und beruflichen als auch im privaten Umfeld. Werbungtreibende setzen daher im Rahmen ihrer Kampagnenplanung verstärkt auf die Kombination der unterschiedlichen Screens, um eine möglichst genaue Ansprache und maximale Reichweite der Zielgruppen zu erreichen. Kern des Multi-Screen-Angebots ist die Verzahnung von Public Video und Online/Mobile Video. Die Ströer Gruppe hat eine neue Art eines Medienkanals als Komplementärmedium zum klassischen Bewegtbild in TV und Online entwickelt. Wir sprechen deshalb nicht mehr von digitalem OOH sondern von Public Video – also Bewegtbild im öffentlichen

Raum. So sprechen Online und Public Video gerade die jungen und mobilen Zielgruppen an, die auf das Bewegtbild positiv reagieren und die lineares Fernsehen immer weniger erreicht. Ziel ist, den Anteil der Multi-Screen-Produkte an den Gesamterlösen in den nächsten Jahren deutlich zu steigern und in diesem Zusammenhang auch einen größeren Teil der Erlöse aus der Außenwerbung über Public und Online Video zu erzielen. So erhalten die Kunden alle wesentlichen Leistungen für ihre Bewegtbild-Kampagnen aus einer Hand – von der cross-medialen Planung über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle.

Die gruppenweite Vermarktung der Multi-Screen-Kampagnen ist im Berichtsjahr durch eine Ad-Server-Lösung erleichtert worden, die als Multi-Screen-Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglicht. Um die Reichweiten vergleichbar zu machen, hat Ströer unter Zuhilfenahme des Media Efficiency Panels der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) die über Außenwerbung erzielbaren Video Views in Ad Impressions umgerechnet.¹ Über Online Video und Public Video erzielt Ströer weit mehr als 3 Mrd. Video Ad Impressions pro Monat.² Zurzeit umfasst unser digitales Außenwerbeportfolio zirka 3.500 Screens an den am höchsten frequentierten Standorten im öffentlichen Raum. Die medienübergreifende Kombination soll einen Nutzen sowohl für Werbungtreibende als auch für Publisher schaffen: Denn die zusätzlichen digitalen Bewegtbild-Flächen erschließen neue Zielgruppen und steigern die Gesamtreichweite.

Ventures – Fokus auf disruptive und datenbasierte, digitale Geschäftsmodelle

Im Bereich Ventures investieren wir in disruptive, datenbasierte und digitale Geschäftsmodelle. Im Berichtsjahr hat Ströer bereits mehrere wegweisende Akquisitionen in diese Richtung, wie z. B. Conexus, auf den Weg gebracht.

Conexus ist der größte Anbieter für Big Data-basierte, digitale Bildungslösungen und Lernmaßnahmen im skandinavischen Bildungssektor. Conexus ist in der Lage, komplexe Wertschöpfungsketten abzubilden und große Datenmengen in Höchstgeschwindigkeit zu analysieren. Conexus liefert zukunftsweisende Infrastrukturlösungen, die bereits in rund 75 Prozent aller Schulen und Lerneinrichtungen in Norwegen zum Einsatz kommen.

1 Eigene Erhebung

2 Basis: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) enigma

Vereinender Erfolgsfaktor OOH und Digital: Datengetriebene und innovative Produktentwicklung

Die Digital-Strategie basiert auf einer fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance-Ansätze ebenso wie die Direktvermarktung ermöglicht. Erfolgsentscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle Management großer anonymisierter Datenmengen. Hierdurch ist die reibungslose Verzahnung von Branding und Performance-Marketing im Rahmen der Multi-Screen-Strategie möglich. Durch die Installation von iBeacons in unseren Außenwerbeträgern lassen sich Außenwerbung und Digitalgeschäft verbinden.

Wir fokussieren uns stark auf datengetriebene Geschäftsmodelle, die uns dabei helfen, unsere Kampagnen noch zielgenauer auszusteuern. Als Grundlage hierfür dient die im Berichtsjahr neu gegründete unternehmenseigene Datamanagement Plattform (DMP). Somit kann Ströer anonymisierte Trafficdaten aufzeichnen, sammeln, analysieren und für individuelle Kampagnenzwecke nutzen.

Neben der bestehenden Demand-Side Platform (DSP), die es Werbungtreibenden erlaubt, Werbeflächen anderer Anbieter automatisiert einzukaufen, unterstützt unsere Supply-side Platform (SSP) Kunden bei der Optimierung ihrer Werbekampagnen. Die neuen Targeting-Algorithmen ermöglichen es unter anderem, potenzielle Neukunden im Internet zu identifizieren (Neukunden-Prediction) und anschließend mit einer Kampagne gezielt anzusprechen. Auch das Retargeting von Bestandskunden erfolgt präziser. Im Endeffekt können Werbekunden gezielt über Programmatic Buying (programmatischer Einkauf von Werbeflächen) genau diejenigen Ad Impressions einkaufen, die für ein spezielles Produkt die Kaufwahrscheinlichkeiten in den jeweiligen Zielgruppen erhöhen.

Die Technologieposition hinsichtlich der exakten Identifizierung von Online-Zielgruppen wurde im Berichtszeitraum kontinuierlich verbessert. Der benutzerzentrierte Consumer-Action-Mining (CAM)-Algorithmus von MBR ermöglicht die Verarbeitung großer Datenmengen in Echtzeit und ist weniger fehleranfällig, deutlich dynamischer und effizienter als vergleichbare Targeting-Technologien. Damit kann Ströer die wachsenden Performance-Anforderungen der Kunden erfüllen und das Inventar der Publisher noch besser kapitalisieren.

Ströer baut konstant seine starke Technologieposition im Digitalbereich aus. So wurde im Berichtsjahr das Werbeformat Mobile und Video in die SSP und DSP integriert. Im Falle Mobile sind auch spezielle mobile Formate über beide automatisierten Plattformen buchbar.

Nicht zuletzt fokussieren wir uns auf datengetriebenes Content-Marketing „Performance Publishing“. Mithilfe unserer Tochterfirma Content Fleet ist es möglich, in Real Time über 400 Millionen Artikel und Bilder zu analysieren und diese in effektive Marketing-Kampagnen über Facebook und Twitter umzusetzen. Das heißt, Reichweite ist entscheidend für die Markenbekanntheit, und relevanter Content ist die entscheidende Voraussetzung für zufriedene Leser. Wir erstellen Inhalte, die perfekt auf die Zielgruppen abgestimmt sind, und somit den Traffic unserer Webseiten erhöhen.

Weiterhin haben wir unser Portfolio im Berichtsjahr um die Technologie der Suchmaschinenoptimierung erweitert, die dazu dient, dass Webseiten im Suchmaschinenranking auf höheren Plätzen mit regionalem Bezug auftauchen.

Mit unseren auf Performance ausgerichteten Produkten bilden wir die gesamte digitale Wertschöpfungskette vom Ad Server über Demand- und Supply-side Platform, Real Time Bidding und Ad exchanges bis hin zu Targeting mit proprietärer Technologie ab.

Die Produktentwicklung im Bereich Digital umfasst zum Ende des Geschäftsjahres 2015 rund 100 Mitarbeiter.

Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen im Sinne der 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 Management schlägt sich auch in der erfolgsorientierten Vergütung des Vorstands nieder. Als Werttreiber verstehen wir die wesentlichen internen und externen Einflussfaktoren für die geschäftliche Entwicklung. Dabei folgen wichtige finanzielle Steuerungsgrößen der internen Berichtsstruktur. Hierbei handelt es sich um sogenannte pro forma Zahlen, die nicht Bestandteil der internationalen Rechnungslegungsstandards sind. Dazu gehören das organische Umsatzwachstum, das Operational EBITDA, der bereinigte Jahresüberschuss, der Free Cash-Flow (vor M&A Transaktionen), der ROCE (Return on Capital Employed) sowie die Nettoverschuldung und die daraus abgeleitete Verschuldungsquote.

Die Umsatzentwicklung ist einer der wesentlichen Indikatoren, an denen sich das Wachstum des gesamten Konzerns ablesen lässt. Sie ist zudem eine der wesentlichen Größen zur Steuerung der Segmente im Ströer Konzern. So werden den einzelnen Geschäftsbereichen im Rahmen der Budgetierung und Mittelfristplanung auf die jeweilige Ebene heruntergebrochene Zielumsätze vorgegeben und deren Einhaltung unterjährig laufend überwacht. Dabei wird sowohl das organische Umsatzwachstum (ohne Effekte aus Unternehmenszukaufen und Wechselkursveränderungen) als auch das nominale Umsatzwachstum betrachtet (Joint Ventures werden quotaal berücksichtigt). Aufgrund der expansiven Geschäftsentwicklung hat Ströer zur verbesserten Transparenz seine Berechnung des organischen Wachstums im Jahre 2015 angepasst. Gemäß dieser Anpassung geht die Geschäftsentwicklung von akquirierten Unternehmen – positiv wie negativ – direkt ab dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung in die Berechnung des organischen Wachstums mit ein.

Das Operational EBITDA stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns dar, bereinigt um Sondereffekte (Joint Ventures sind quotaal berücksichtigt). Bei den Sondereffekten handelt es sich um Aufwendungen und Erträge aus Änderungen des Beteiligungsportfolios, Aufwendungen und Erträge aus Kapitalstrukturmaßnahmen, Reorganisations- und Restrukturierungsaufwendungen, sonstige außerordentliche Aufwendungen und Erträge. Außerdem ist das Operational EBITDA eine wesentliche Input-Größe zur Bestimmung des Verschuldungsfaktors, der dem Bankensyndikat als eine von mehreren Kreditaufgaben quartalsweise mitzuteilen ist. Darüber hinaus wird das nachhaltige Operational EBITDA am Kapitalmarkt im Rahmen des Multiplikatorverfahrens vereinfachend zur Bestimmung des Unternehmenswertes herangezogen.

→ Nähere Informationen zur
Finanzierungsstrategie finden
Sie auf Seite 38

Der Free Cash-Flow (vor M&A Transaktionen) ist ein wesentliches Steuerungselement des Vorstands und wird berechnet aus dem Cash-Flow aus laufender Tätigkeit abzüglich Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Der Free Cash-Flow vor M&A Transaktionen stellt somit die Ertragskraft unseres Unternehmens dar (Joint Ventures sind nach IFRS11 at-Equity berücksichtigt) und ist eine bedeutende Determinante für unsere Investitions-, Finanzierungs- und Dividendenpolitik.

Unser Ziel ist es außerdem, die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) nachhaltig zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir unsere Steuerungs- und Controllingssysteme konsequent weiterentwickelt.

Das ROCE errechnet sich aus dem Quotienten des bereinigten EBIT und dem Capital Employed (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt). Das bereinigte EBIT wird wie folgt definiert: Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte. Das Capital Employed wird definiert als das durchschnittliche im Konzern gebundene Kapital. Dieses ist das arithmetische Mittel aus dem Capital Employed zum jeweiligen Jahresanfang und Jahresende. Das Capital Employed setzt sich aus der Summe der langfristigen immateriellen Vermögenswerte inklusive der Geschäfts- und Firmenwerte, der Sachanlagen und der kurzfristigen Vermögenswerte abzgl. der Summe der nicht zinstragenden Verbindlichkeiten zusammen.

Anhand des ROCE verfügen wir über ein Instrumentarium, das eine wertorientierte Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche erlaubt. Ein positiver Wertbeitrag und damit eine Steigerung des Unternehmenswertes wird erreicht, wenn der ROCE den Kapitalkostensatz überschreitet.

Die Nettoverschuldung bzw. Nettoverschuldungsquote des Unternehmens ist ebenfalls eine wichtige Steuerungsgröße des Konzerns. Die Nettoverschuldungsquote wird gemessen am Verhältnis der Nettoverschuldung zum Operational EBITDA. Die Nettoverschuldung errechnet sich aus den Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt).

Als nicht finanzielle Indikatoren berücksichtigen wir Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z. B. die Mitarbeiteranzahl auf Konzernebene.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2015

Die Weltkonjunktur setzte ihre Entwicklung von 2014 im Jahr 2015 fort und stieg ausweislich des Forecasts aus dem World Economic Outlook des Internationalen Währungsfonds um 3,1 Prozent.¹ Dabei machten sich verschiedene Einflussfaktoren wie der Verfall der Rohstoffpreise, die Zinswende in den USA sowie die Abkühlung der Konjunktur in China in unterschiedlicher Weise bemerkbar.

Die drei für uns wesentlichen Märkte Deutschland, Türkei und Polen entwickelten sich im Berichtsjahr verhalten bis positiv. Trotz der schwächelnden chinesischen Wirtschaft und des damit verbundenen Auftragsrückgangs bei deutschen Unternehmen, konnte die deutsche Wirtschaft durch eine starke Binnennachfrage ein starkes Wachstum verzeichnen. In der Türkei haben die anhaltenden geo-politischen Spannungen im Nahen Osten und die damit verbundenen Unsicherheiten zwar dämpfend auf die wirtschaftliche Entwicklung gewirkt, jedoch lag das Wachstum im Jahr 2015 noch leicht über dem des Vorjahres. Die polnische Wirtschaft hat sich trotz vorherrschender politischer Krisenherde wie dem Ukraine-Russland-Konflikt weiterhin positiv entwickelt.

Deutschland

Die deutsche Wirtschaft hat sich im Jahr 2015 positiv entwickelt. Während des Jahres haben führende Wirtschaftsinstitute das Wachstum mehrmals nach oben korrigiert. Nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamts lag das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 1,7 Prozent höher als im Vorjahr und verzeichnete damit ein Wachstum über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre (1,3 Prozent).² Gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamts konnte sich die deutsche Wirtschaft in einem schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld behaupten und vor allem von einer starken Binnennachfrage profitieren. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt um 1,9 Prozent, die der öffentlichen Hand um 2,8 Prozent.²

Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte 2015 mit 43 Millionen das neunte Jahr in Folge einen neuen Höchststand. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte nahm 2015 um 2,8 Prozent zu. Die in jeweiligen Preisen berechneten Konsumausgaben der privaten Haushalte stiegen mit 2,5 Prozent fast genauso stark. Die Sparquote der privaten Haushalte lag im Jahr 2015 nach ersten vorläufigen Berechnungen bei 9,6 Prozent und ist damit trotz Niedrigzinsphase im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen.² Die Inflationsrate in Deutschland ist 2015 auf den niedrigsten Stand seit sechs Jahren gesunken. Die Verbraucherpreise stiegen im Vergleich zu 2014 um 0,3 Prozent.² Hintergrund dieser Entwicklung waren vor allem die stark sinkenden Energiepreise.

Türkei

Schätzungen des International Monetary Fund (IMF) und der Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) zufolge lag das Wachstum des BIP 2015 zwar noch bei rund 3,0 Prozent gegenüber 2,9 Prozent in 2014, jedoch wurden die Prognosen während des Jahres kontinuierlich herabgestuft.³ Trotz der Präsidentschaftswahlen Mitte des Jahres haben sich die politische Lage und das makroökonomische Umfeld nur leicht stabilisiert. Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich im Verlauf des Jahres 2015 von 7,2 Prozent im Januar auf 8,8 Prozent zum Jahresende erhöht.⁴

1 Quelle: World Economic Outlook Adjusting to Lower Commodity Prices, Oktober 2015

2 Quelle: BVR Studie zum Weltspartag, September 2015

3 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Turkey, November 2015

4 Quelle: Turkish Statistical Institute, January 2016

Polen

Die polnische Wirtschaft zeigte sich im Berichtszeitraum weiter im Aufwärtstrend. Die Wachstumsrate des realen Bruttoinlandsprodukts im Jahr 2015 konnte sich laut OECD-Angaben auf voraussichtlich 3,5 Prozent erhöhen.⁵ Ausschlaggebend für diese positive Entwicklung sind erhebliche EU-Investitionen in die Infrastruktur des Landes, welche weiterhin das BIP-Wachstum untermauern, sowie eine starke Binnennachfrage und Rekordbeschäftigtenzahlen in 2015. Der Arbeitsmarkt zeigt sich dementsprechend weiterhin sehr robust und hat sich bei einer Arbeitslosenquote von rund 8,0 Prozent im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren deutlich verbessert. Die Inflationsrate bewegte sich auf sehr niedrigem Niveau und war im Jahr 2015 durchgehend negativ. Im Jahresdurchschnitt wird mit einer Inflationsrate von voraussichtlich –0,7 Prozent gerechnet.⁶

Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2015

Das verhaltene Wachstum der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Europa schlug im Jahr 2015 auch auf den westeuropäischen Werbemarkt durch. So schätzt ZenithOptimedia, dass die Nettowerbeausgaben der wesentlichen Medien in dieser Region um 2,9 Prozent gestiegen sind, gleichbleibend mit der Quote des Vorjahres. Während Printmedien weiterhin mit deutlichen Marktanteilsverlusten zu kämpfen hatten (–5,9 Prozent), stiegen die Nettowerbeausgaben im Online-Bereich mit 10,9 Prozent erneut deutlich an. Die Außenwerbung konnte im westeuropäischen Werbemarkt leicht um 3,0 Prozent zulegen. In den Ländern Ost- und Zentraleuropas⁷ entwickelte sich die Werbewirtschaft rückläufig (–3,4 Prozent).⁸

Deutschland

Der Werbemarkt in Deutschland wies im Jahr 2015 laut den von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeausgaben einen Anstieg von 4,0 Prozent auf.⁹ Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns nur Trendaussagen dar und erlauben aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Wir gehen derzeit für 2015 – in Anlehnung an die zuletzt geäußerten Erwartungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) – von nur leicht gestiegenen Nettowerbeinvestitionen aus. Die offiziellen Nettomedienausgaben werden von der ZAW voraussichtlich im Mai 2016 veröffentlicht.¹⁰ Gestützt wird unsere Einschätzung für das Jahr 2015 auch von einer Prognose von ZenithOptimedia, die nach einem Anstieg von 2,1 Prozent im Jahr 2014 ein leicht niedrigeres Wachstum der Nettowerbeausgaben in Höhe von 1,7 Prozent erwartet.¹¹

Das Segment Out-of-Home verzeichnete 2015 laut ZenithOptimedia bezüglich der Nettowerbeausgaben ein Plus von 2,0 Prozent. Für das Segment Digital wurde ein Wachstum von 9,7 Prozent bei den Nettowerbeausgaben gemessen. Das Segment Print musste demgegenüber im zurückliegenden Jahr aller Voraussicht nach mit – 4,0 Prozent deutliche Einbußen hinnehmen.¹¹ Verlässliche Aussagen zu etwaigen Marktanteilsverschiebungen sind erst nach Vorlage der Nettomarktzahlen zu treffen. Wir gehen aber davon aus, dass wir im Bereich der Außenwerbung unseren Marktanteil leicht erhöhen konnten.

5 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, November 2015

6 Quelle: European Commission, Economic and Financial Affairs, EU economic situation, Economies of the member states, Januar 2016

7 Enthält die übrigen Länder Westeuropas sowie ausgewählte zentraleuropäische Länder mit moderatem Wachstumsprofil und starken wirtschaftlichen Verbindungen nach Westeuropa wie Tschechien, Ungarn und Polen

8 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Western Europe & Central and Eastern Europe December 2015

9 Quelle: Nielsen Werbetrend 12-2015, Nielsen, Januar 2016

10 Quelle: ZAW Pressemeldung Nr.12/15, Dezember 2015

11 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2015

Türkei

Die Entwicklung des türkischen Werbemarktes war im Jahr 2015 aufgrund anhaltender innen- und außenpolitischer Unsicherheiten und des entsprechend belasteten makroökonomischen Umfelds des Landes weiterhin insgesamt verhalten. Die Gesamtwerbeausgaben stiegen im Berichtsjahr um 8,2 Prozent. Dies ist ein verbesserter Wachstumswert gegenüber dem Vorjahr (8,0 Prozent).¹² Ein konservativerer Messwert ergibt sich aus den unterjährigen Veröffentlichungen der Türkischen Vereinigung von Mediaagenturen (TAAA). Hier kalkuliert man mit einem Gesamtwerbeausgabenanstieg von 5,3 Prozent im Jahr 2015.¹³

Konsistente Angaben zur Nettomarktentwicklung des türkischen Out-of-Home-Medienmarktes sind nicht verfügbar. Wir gehen aber davon aus, dass sich dieses Marktsegment nominal nur knapp über dem Vorjahr behaupten konnte. Basierend auf den Daten von ZenithOptimedia dürfte der Bereich Internet auch im Berichtsjahr 2015 deutlich überproportional gewachsen sein und weitere Marktanteilsgewinne verzeichnet haben. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen zulasten des Segments Print verlaufen.¹⁴

Polen

Der wirtschaftliche Aufschwung hat sich im Berichtsjahr positiv auf die polnische Werbebranche ausgewirkt. Gemäß dem ZenithOptimedia-Report vom Dezember 2015 wird im Berichtsjahr ein Anstieg der Werbeausgaben um 2,8 Prozent gegenüber 2014 erwartet.¹⁵ Diese Entwicklung bestätigt nach deutlichen Rückgängen in 2012 (-5,5 Prozent) und 2013 (-5,3 Prozent), die im Jahr 2014 mit 2,4 Prozent zu erkennende Trendwende. Auch der polnische Außenwerbemarkt stabilisierte sich weiterhin. So entwickelten sich die Werbeausgaben in diesem Jahr im Vergleich zum Vorjahr leicht positiv um 0,2 Prozentpunkte.¹⁵ Wir gehen davon aus, dass sich die Marktanteile im Jahr 2015 insbesondere zugunsten von Online-Medien, die ein starkes Wachstum von plus 10,7 Prozent im polnischen Markt aufzeigen, verschieben.¹⁵

Wechselkursentwicklungen 2015¹⁶

Für unsere Geschäfte waren im Jahr 2015 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira, zum Polnischen Zloty und zum Britischen Pfund relevant. Die Türkische Lira startete im Januar 2015 bei einem Wert von 2,83 TRY/EUR. Im Laufe des Jahres verlor sie jedoch deutlich an Boden und notierte zum Jahresende mit 3,18 TRY/EUR. Im Jahresdurchschnitt verlor die Türkische Lira damit insgesamt etwa 4,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresdurchschnitt.

Der Polnische Zloty zeigte sich im Berichtszeitraum insgesamt stabil und notierte im Jahresdurchschnitt mit 4,18 PLN/EUR exakt auf dem Vorjahresdurchschnitt. Notierte der Zloty zum Jahresbeginn bei 4,30 PLN/EUR, so schloss er zum Jahresende mit 4,26 PLN/EUR ab.

Das Britische Pfund hat im Verlauf des Jahres gegenüber dem Euro an Wert gewonnen, was insbesondere auf die im Vergleich zur Eurozone stärkere Wirtschaftsentwicklung und die expansivere Geldpolitik der Europäischen Zentralbank zurückgeführt werden kann. Zum Jahresende notierte die Währung mit 0,73 GBP/EUR unter dem Ausgangsniveau von 0,78 GBP/EUR vom Jahresanfang. Im Jahresmittel lag der Kurs mit 0,73 GBP/EUR um 10,0 Prozent unter seinem Vorjahresniveau.

¹² Quelle: Magna Global Advertising Revenue Forecasts, Turkey, Dezember 2015

¹³ Quelle: Turkish Foundation of Advertising Agencies, November 2015

¹⁴ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Turkey, Dezember 2015

¹⁵ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Poland, Dezember 2015

¹⁶ Quelle: Europäische Zentralbank (EZB)

Ertragslage Gruppe und Segmente

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

Die Ströer Gruppe hat das Geschäftsjahr 2015 mit einem überragenden Konzernergebnis in Höhe von 59,5 Millionen Euro abschließen können. Dabei präsentierten sich sowohl das weiterhin sehr robuste Geschäft im Bereich OOH Deutschland als auch der konsequent vorangetriebene Ausbau des Digitalgeschäfts als zentrale Erfolgsfaktoren. Diese positive Entwicklung machte sich gleichermaßen auch in den für den Ströer Konzern wichtigen Erfolgskennzahlen Umsatz und Operational EBITDA deutlich bemerkbar – beide konnten gegenüber dem Vorjahr abermals kräftig zulegen.

Auch die Vermögens- und Finanzlage der Gruppe hat sich sehr vorteilhaft entwickelt. So zeigten sich sowohl der Free Cash-Flow als auch die Nettoverschuldung trotz umfangreicher Investitionsmaßnahmen im abgelaufenen Geschäftsjahr erheblich verbessert. Ebenfalls sehr positiv war die Entwicklung im Hinblick auf die Eigenkapitalquote und den dynamischen Verschuldungsgrad (Leverage Ratio), sodass der Konzern zum Stichtag insgesamt ein sehr solides und ausgewogenes Bilanzbild vorweisen konnte.

Vor diesem Hintergrund sehen wir den Ströer Konzern sowohl operativ als auch finanziell sehr gut positioniert, um künftige Chancen im strukturellen Wandel des Medienmarktes flexibel nutzen zu können.

Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Der Ströer Konzern hatte seine im Prognosebericht des Vorjahres dargestellten Ziele für das Geschäftsjahr 2015 auf Basis einer vorsichtig optimistischen Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufgestellt. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des häufig kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, eines schnell wechselnden Marktsentiments sowie konjunktureller Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Die im Rahmen unserer Prognose unterstellte Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist in weiten Teilen wie erwartet eingetreten. Unsere für das abgelaufene Geschäftsjahr 2015 gesetzten Ziele sehen wir allesamt als erreicht bzw. überwiegend sogar als übertroffen an.

Mit Blick auf das **organische Umsatzwachstum** der Ströer Gruppe bewegten sich unsere Erwartungen seinerzeit im mittleren einstelligen Prozentbereich. Demgegenüber bezifferte sich das tatsächlich erzielte organische Umsatzwachstum auf 9,8 Prozent¹ und lag damit noch oberhalb der von uns prognostizierten Bandbreite. Für das anorganische Wachstum waren wir in unserer Prognose von einem zusätzlichen Umsatz im niedrigen zweistelligen Millionenbereich ausgegangen. Eine Erwartung, die vollumfänglich erfüllt wurde.

Zu den weiteren wichtigen Kennzahlen in der Ströer Gruppe zählt auch das operative Konzernergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen – das **Operational EBITDA**. Im Rahmen unserer Prognose hatten wir einen spürbaren Anstieg dieser Kennzahl erwartet, den wir anschließend in unserem Abschluss für das erste Quartal 2015 auf mindestens 180 Millionen Euro quantifiziert hatten. Letztendlich belief sich das Operational EBITDA im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 207,5 Millionen Euro (Vj.: 148,1 Millionen Euro), womit das anvisierte Ziel mehr als erfüllt wurde. Hinsichtlich der **Operational EBITDA-Marge** (definiert als Quotient aus Umsatz und Operational EBITDA)² waren wir in unserer Einschätzung vor einem Jahr – basierend auf einem Vorjahreswert von 20,2 Prozent – von einer stabilen bis leicht verbesserten Marge für 2015 ausgegangen. Im Ergebnis lag die Operational EBITDA-Marge bei 24,8 Prozent. Damit ist der Anstieg über die von uns erwartete leichte Verbesserung hinausgegangen.

Bezüglich der **Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)** hatten wir für das Jahr 2015 einen deutlichen Anstieg prognostiziert. Am Ende erzielte Ströer im abgelaufenen Geschäftsjahr einen ROCE in Höhe von 15,4 Prozent (Vj.: 13,8 Prozent), womit der Anstieg wie prognostiziert eingetreten ist.

¹ Berechnungsmethodik wurde in 2015 angepasst

² Joint Ventures sind jeweils quotall berücksichtigt

Für das Geschäftsjahr 2015 hatten wir zudem einen weiteren Anstieg im **Konzernergebnis nach Steuern** erwartet, nachdem die Ströer Gruppe im Jahr 2014 bereits ein sehr gutes Konzernergebnis in Höhe von 23,3 Millionen Euro erzielen konnte. Der tatsächlich im Jahr 2015 eingetretene Anstieg auf 59,5 Millionen Euro hat unsere Erwartungen jedoch deutlich übertraffen.

Als wesentliche Kennzahl zur Bewertung der Finanzlage wird im Ströer Konzern der **Free Cash-Flow** – vor M&A-Transaktionen – herangezogen. Diesen hatten wir im Rahmen unserer Planungen im mittleren bis höheren zweistelligen Millionenbereich erwartet. Der im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschaftete Free Cash-Flow vor M&A belief sich auf 114,1 Millionen Euro und fiel damit weit besser als erwartet aus.

Ebenfalls wesentlich für die Beurteilung der Finanzlage ist die Entwicklung des **dynamischen Verschuldungsgrads (Leverage Ratio)**. Dieser ist unter anderem vom Umfang der im Berichtsjahr durchgeführten Unternehmensakquisitionen abhängig. In unserem Prognosebericht waren wir vorbehaltlich größerer M&A-Transaktionen von einer weiteren Rückführung der Leverage Ratio ausgegangen. Mit einem Verschuldungskoeffizienten von 1,1 (Vj.: 1,9) haben wir diese Rückführung trotz umfangreicher Investitionsmaßnahmen wie geplant umgesetzt. Gleichzeitig ist die Nettoverschuldung der Gruppe von 275,0 Millionen Euro auf 231,2 Millionen Euro zurückgegangen.

Einen Überblick über die Entwicklung des Konzerns in den vergangenen fünf Jahren gibt die nachfolgende Übersicht. Die wirtschaftliche Lage in den Unternehmensbereichen wird nachstehend ausführlich erläutert.

Ertragslage des Konzerns

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung					
In Mio. EUR	2015	2014	2013	2012 ¹⁾	2011 ¹⁾
Umsatzerlöse	823,7	721,1	622,0	560,6	577,1
Umsatzkosten	-561,2	-506,2	-434,2	-386,5	-372,1
Bruttoergebnis vom Umsatz	262,6	214,9	187,8	174,1	205,0
Vertriebskosten	-107,8	-91,7	-84,2	-75,4	-74,5
Verwaltungskosten	-94,9	-87,9	-82,6	-71,8	-75,1
Sonstige betriebliche Erträge	24,0	25,1	18,7	16,5	15,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-10,6	-11,5	-9,8	-9,6	-14,3
Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierter Unternehmen	4,5	3,7	4,1	0,0	0,0
EBIT	77,7	52,5	34,0	33,7	56,9
EBITDA	187,8	134,3	108,8	100,4	121,1
Operational EBITDA²⁾	207,5	148,1	118,0	107,0	132,3
Finanzergebnis	-9,3	-14,8	-19,8	-31,9	-49,8
Ergebnis vor Steuern	68,4	37,7	14,2	1,8	7,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-8,9	-14,4	-9,7	-3,6	-10,7
Konzernergebnis	59,5	23,3	4,5	-1,8	-3,6

¹⁾ Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

²⁾ Joint-Ventures sind quotaal berücksichtigt

Mit Wirkung zum 1. Januar 2014 hat die EU-Kommission die vom International Accounting Standards Board (IASB) neu eingeführten Regelungen des IFRS 11 verbindlich für die gesamte Europäische Union übernommen. Als Folge dieser neuen Regelungen waren im Ströer Konzern vier Gemeinschaftsunternehmen, die bisher einer quotalen Konsolidierung unterlagen, nach der at-Equity-Methode zu bilanzieren. Die anteiligen Beiträge dieser vier Gesellschaften gehen seither nicht mehr in die einzelnen Aufwands- und Ertragspositionen der Konzern-GuV ein, sondern werden in der Konzern-GuV-Position „Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierte Unternehmen“ saldiert dargestellt. Die Steuerungsgrößen Operational EBITDA, ROCE, Nettoverschuldung, sowie die daraus abgeleitete Verschuldungsquote ebenso wie das bereinigte EBIT und der bereinigte Jahresüberschuss sind davon nicht betroffen und folgen weiterhin der internen Berichtsstruktur. Hierbei werden jene vier at-Equity-bilanzierten Unternehmen, an denen Ströer 50,0 Prozent der Anteile hält, unverändert wie in den Vorjahren quotal in diese Kennzahlen einbezogen.

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2015 hat Ströer seine interne Steuerung und damit auch die Segmentierung seiner Geschäftsbereiche an die aktuellen Entwicklungen und an die neue Ausrichtung des Konzerns angepasst. In diesem Zusammenhang wurde das Public-Video-Geschäft, das bisher als digitales Geschäft dem Segment Ströer Deutschland angehörte, aufgrund weitgehender inhaltlicher Gemeinsamkeiten dem Segment Ströer Digital zugeordnet. Damit stellt das verbleibende Deutschland-Segment seither ausschließlich das deutsche Außenwerbe-geschäft dar, was sich entsprechend in der neuen Bezeichnung „Out-of-Home Deutschland (OOH Deutschland)“ widerspiegelt. Auch im Hinblick auf unser internationales Out-of-Home-Geschäft haben wir unsere interne Steuerung optimiert. In diesem Zuge wurden die Bereiche Ströer Türkei, Ströer Polen und BlowUp in einem neuen Segment „Out-of-Home International (OOH International)“ zusammengefasst. Die Vorjahreszahlen wurden jeweils entsprechend der neuen Segmentierung rückwirkend angepasst.

Umsatzentwicklung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die Ströer Gruppe nahtlos an die erfolgreiche Entwicklung des Vorjahres anknüpfen und ihren profitablen Wachstumskurs weiterhin konsequent fortsetzen. So bewegte sich der Konzernumsatz mit 823,7 Millionen Euro deutlich um 102,6 Millionen Euro über dem Vorjahr, wobei der Anstieg mit 73,7 Millionen Euro größtenteils aus dem Digitalgeschäft resultierte, dessen Zuwachs sowohl auf M&A-Transaktionen wie auch auf das organische Umsatzwachstum der bereits vorhandenen Gesellschaften zurückzuführen war. Des Weiteren konnte auch das Segment OOH Deutschland eine unvermindert robuste Geschäftstätigkeit vorweisen und mit erfreulichen Zuwachsraten zu diesem wesentlich höheren Konzernumsatz beitragen. Lediglich das Segment OOH International musste eine leicht rückläufige Umsatzentwicklung verzeichnen. Dabei wirkten sich vor allem die geopolitischen Unsicherheiten in der Türkei und die damit verbundene Schwäche der Türkischen Lira nachteilig für Ströer aus.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

in Mio. EUR	2015	2014
Ströer Digital	238,2	164,5
OOH Deutschland	457,2	422,9
OOH International	142,4	146,3
Überleitung at-Equity (IFRS 11)	-14,0	-12,5
Summe	823,7	721,1

Bei der Aufteilung des Konzernumsatzes nach geografischen Gesichtspunkten haben sich die Anteile auch im Jahr 2015 weiter zugunsten der inländischen Umsätze verschoben. So sind die Inlandsumsätze (ohne at-Equity-bilanzierte Unternehmen) um 19,5 Prozent auf 665,3 Millionen Euro (Vj.: 556,8 Millionen Euro) angestiegen, wohingegen unser Auslandsgeschäft mit -3,5 Prozent sogar leichte Umsatzeinbußen gegenüber dem Vorjahr hinnehmen musste und nur noch auf 158,4 Millionen Euro kam (Vj.: 164,2 Millionen Euro). Der Umsatzanteil ausländischer Einheiten lag damit bei 19,2 Prozent (Vj.: 22,8 Prozent).

Die Umsatzentwicklung in der Online- und Außenwerbebranche unterliegt generell ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die der gesamten übrigen Medienbranche. Dies beeinflusst auch die unterjährige Entwicklung des Ströer Konzerns. 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 nach Quartalen		
in Mio. EUR		
Q1		161,8
Q2		201,6
Q3		189,9
Q4		270,5
Q1 – Q4		823,7

Operational EBITDA-Entwicklung nach Quartalen		
in Mio. EUR		
Q1		26,3
Q2		52,1
Q3		43,4
Q4		85,7
Q1 – Q4		207,5

Ergebnisentwicklung

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** belief sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 262,6 Millionen Euro und lag damit um beachtliche 47,7 Millionen Euro über dem Wert des Vorjahres. Ursächlich dafür war insbesondere, dass dem substanziellen Anstieg der Umsätze nur unterproportionale Zuwächse bei den Umsatzkosten gegenüberstanden. Die Bruttoergebnismarge erhöhte sich um 2,1 Prozentpunkte auf 31,9 Prozent.

Die signifikante Verbesserung der operativen Geschäftstätigkeit sowie die erfolgreiche Erweiterung des Digitalgeschäfts haben sich äußerst positiv auf das **Konzernergebnis** der Ströer Gruppe ausgewirkt. Gleichzeitig haben auch das nachhaltig optimierte Finanzergebnis sowie der merklich reduzierte Steueraufwand wesentlich zu dieser Entwicklung beigetragen. Gegenläufig zeigten sich lediglich die höheren Vertriebs- und Verwaltungskosten, die insbesondere in den erstmals konsolidierten Unternehmen des Digitalsegments begründet sind. Insgesamt aber bewegte sich der Konzernüberschuss mit 59,5 Millionen Euro um erfreuliche 36,2 Millionen über dem Vorjahr.

Die hohe Dynamik im operativen Geschäft hat auch die um Sondereffekte bereinigten Ergebniskennzahlen deutlich beflügelt. So ist das **Net Income (adjusted)**¹ mit 106,3 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr spürbar um 49,9 Millionen Euro höher ausgefallen. Noch beachtlicher war der Anstieg im **Operational EBITDA**, das mit 207,5 Millionen sogar um 59,5 Millionen Euro zulegen konnte. Schließlich machte sich der Aufwärtstrend auch in der Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) – bereinigt um die Amortisation unserer Werberechte – mit 15,4 Prozent (Vj.: 13,8 Prozent) überaus vorteilhaft bemerkbar.

→ Ergänzende Erläuterungen zur Entwicklung der Umsatzkosten befinden sich im nachfolgenden Abschnitt „Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen“

→ Wir verweisen auf die bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung auf Seite 172

¹ Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand (Joint Ventures sind quotaal berücksichtigt)

Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen

Im Gegensatz zu den substanziell gestiegenen Umsatzerlösen sind die **Umsatzkosten** nur unterproportional um 54,9 Millionen Euro auf 561,2 Millionen Euro angestiegen. Dabei fiel besonders die Entwicklung im Segment Ströer Digital ins Gewicht, in dem sich die hinzugekommenen Umsatzkosten aus den neu erworbenen Unternehmen maßgeblich niedergeschlagen haben. Auch das Segment OOH Deutschland vermeldete höhere Umsatzkosten als noch im Vorjahr, die sich überwiegend aus umsatzbedingt höheren Pacht aufwendungen für Werbeträgerstandorte ergaben. Im Segment OOH International entwickelten sich die Umsatzkosten in den einzelnen Kernmärkten zwar teilweise gegenläufig, jedoch bewegten sie sich insgesamt auch in diesem Segment – wenn auch nur geringfügig – über dem Vorjahresniveau.

Mit Blick auf die **Vertriebskosten** ist die Entwicklung ebenfalls maßgeblich von den Unternehmensakquisitionen im Segment Ströer Digital gekennzeichnet. Darüber hinaus haben sich die Kosten aus dem anhaltend starken Ausbau des Regionalvertriebs belastend ausgewirkt. Im Saldo beliefen sich die Vertriebskosten im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 107,8 Millionen Euro, was einem Anstieg von 16,0 Millionen Euro entspricht. Die Vertriebskostenquote lag vor dem Hintergrund der starken Umsatzsteigerungen mit 13,1 Prozent (Vj.: 12,7 Prozent) nur leicht über dem Vorjahreswert.

Auch in den **Verwaltungskosten** machte sich die von Ströer eingeschlagene Expansionsstrategie in weiten Teilen bemerkbar. So entfiel der Anstieg um 6,9 Millionen Euro auf 94,9 Millionen Euro nahezu vollständig auf die neu erworbenen Unternehmen. Darüber hinaus wirkten sich auch die im Rahmen der Akquisition des Internet Portals t-online.de und der InteractiveMedia CCSP GmbH angefallenen Rechts- und Beratungskosten nachteilig aus. Bereinigt um die Effekte aus Unternehmenserwerben haben sich die Verwaltungskosten im Ströer Konzern aufgrund von umfangreichen Sparmaßnahmen deutlich rückläufig entwickelt. Die Verwaltungskostenquote verbesserte sich um 0,7 Prozentpunkte auf insgesamt 11,5 Prozent.

→ Eine detaillierte Darstellung der Sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen finden Sie in den Abschnitten 13 und 14 des Konzernanhangs

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** sind im Geschäftsjahr 2015 leicht um 1,1 Millionen Euro auf 24,0 Millionen Euro zurückgegangen. Ausschlaggebend dafür waren vor allem die im Vorjahr außergewöhnlich hohen Ausgleichsforderungen für Werberechte, die nicht in vereinbartem Umfang genutzt werden konnten. Derartige Ausgleichsforderungen sind im abgelaufenen Geschäftsjahr nur in geringerem Umfang angefallen. Dieser Rückgang wurde jedoch durch eine Reihe kleinerer gegenläufiger Effekte teilweise kompensiert.

Bei den **Sonstigen betrieblichen Aufwendungen** verzeichnete der Ströer Konzern mit 10,6 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang in Höhe von 0,9 Millionen Euro. Nennenswerte Effekte waren in dieser rückläufigen Entwicklung nicht zu verzeichnen. In die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gehen unter anderem die Wertberichtigungen auf Forderungen, die Wechselkursaufwendungen aus laufender Geschäftstätigkeit sowie die Ergebnisse aus dem Abgang von Vermögenswerten ein.

Im **Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierter Unternehmen** konnte Ströer wie schon im Vorjahr einen stetigen Aufwärtstrend vermelden. Dabei lag der Ergebnisanteil im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 4,5 Millionen Euro um 0,8 Millionen Euro über dem Wert des Vorjahres.

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

Das **Finanzergebnis** der Ströer Gruppe hat sich im Berichtszeitraum mit –9,3 Millionen Euro um 5,5 Millionen Euro verbessert. Besonders positiv machten sich dabei neben den weiter gesunkenen Kapitalmarktzinsen vor allem die im April 2015 nochmals zu unseren Gunsten angepassten Zinskonditionen im Rahmen unseres Konsortialkredits bemerkbar. Zudem wirkte sich auch der weiter rückläufige dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) sehr vorteilhaft auf die von uns zu entrichtende Zinsmarge aus.

→ Zu näheren Informationen verweisen wir auf die Überleitungsrechnung in Abschnitt 16 des Konzernanhangs

Vor dem Hintergrund der verbesserten operativen Geschäftstätigkeit des Ströer Konzerns sowie eines weiter optimierten Finanzergebnisses hat sich die steuerliche Bemessungsgrundlage der Gruppe spürbar erhöht. Gegenläufig haben sich einige Prozessverbesserungen und Strukturveränderungen in den rechtlichen Einheiten des Konzerns ausgewirkt, die wir im Jahr 2015 vorgenommen haben. In diesem Zusammenhang hat sich unter anderem auch eine deutliche Reduzierung der Steuerquote von 38,2 Prozent auf 13,0 Prozent ergeben, sodass sich das **Steuerergebnis** mit einem Aufwand von –8,9 Millionen Euro (Vj.: –14,4 Millionen Euro) gegenüber dem Vorjahr merklich verbessert hat.

Ströer Digital

in Mio. EUR	2015	2014	Veränderung in %
Segmentumsatz, davon	243,5	165,4	47,2
Digital (Online)	236,4	164,1	44,0
Sonstige	7,1	1,3	>100,0
Operational EBITDA	79,5	39,0	>100,0

Das Segment Ströer Digital konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr einmal mehr kräftige Zuwächse verbuchen und setzte seinen Aufwärtstrend damit unvermindert fort. Vor dem Hintergrund der fortlaufenden Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen sind die Segmentzahlen jedoch nur bedingt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar. Bereinigt um die Unternehmenserwerbe konnten – angeführt von unseren Public-Video-Produkten – alle Bereiche des Digitalsegments organisch stark wachsen. Während es der Digital-Vermarktung gelang, die im letzten Jahr gestärkte Basis an Publishern zu monetarisieren und vermehrt auch Video und Mobile Produkte zu verkaufen, konnte der Bereich Public Video eine gegenüber dem Vorjahreszeitraum stärkere Nachfrage gerade auch bei Neukunden verzeichnen. Gleichzeitig trugen aber auch unsere Investitionen in andere digitale Geschäftsmodelle zum robusten organischen Wachstum bei. Währenddessen wurde die Integration der neu erworbenen Unternehmen weiter vorangetrieben. Dabei gelingt es zunehmend sowohl auf der Umsatz- als auch auf der Kostenseite von Skalen- bzw. Synergie-Effekten zu profitieren.

→ Bezüglich der Überleitung der Segment-Kennzahlen auf die Konzern-Kennzahlen verweisen wir auf unsere Darstellungen im Anhang in Abschnitt 34 „Segmentberichterstattung“

Out-of-Home Deutschland

in Mio. EUR	2015	2014	Veränderung in %
Segmentumsatz, davon	464,0	429,1	8,1
Billboard	208,6	198,3	5,2
Street Furniture	137,6	129,5	6,3
Transport	54,5	52,6	3,6
Sonstige	63,3	48,8	29,6
Operational EBITDA	124,5	97,8	27,2

Für die Berichterstattung über die einzelnen Segmente im Ströer Konzern gilt der Management-Ansatz im Sinne des IFRS 8, wonach die externe Segmentberichterstattung der internen Berichtsstruktur folgen soll. Die interne Berichtsstruktur des Ströer Konzerns basiert auf dem Konzept der anteiligen Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen. Vor diesem Hintergrund gehen die Ergebnisbeiträge von vier Gemeinschaftsunternehmen trotz der Änderungen des IFRS 11 wie schon in den Vorjahren zu 50 Prozent in die in diesem Abschnitt gezeigten Kennzahlen des Segments Out-of-Home Deutschland ein. Die übrigen Segmente bleiben von diesem Ansatz unberührt, da in deren Portfolio keine Gemeinschaftsunternehmen enthalten sind.

Die Ströer Gruppe konnte im Segment Out-of-Home Deutschland im Geschäftsjahr 2015 maßgebliche Zuwächse bei den **Umsatzerlösen** vermelden, wobei sowohl das nationale wie auch das regionale Geschäft deutlich zu diesem Wachstum beigetragen haben. Neben einer weiterhin sehr robusten und dynamischen Nachfrage wurde dieser Aufwärtstrend vornehmlich auch durch eine Reihe vertrieblicher Maßnahmen beflügelt.

Die Produktgruppe **Billboard**, die sowohl nationale wie auch regionale Kunden adressiert, konnte im Berichtszeitraum bei den Umsätzen um 10,4 Millionen Euro auf 208,6 Millionen Euro zulegen. Dabei profitierte die Produktgruppe einerseits von der im Laufe des letzten Jahres optimierten nationalen Vertriebsorganisation, andererseits wirkte sich die flankierende Ausweitung des regionalen Strukturvertriebs spürbar positiv auf das Geschäft aus. Demgegenüber bedient die Produktgruppe **Street Furniture** überwiegend national und international agierende Kundengruppen. Auch in diesem Bereich wurde das Geschäft weiter ausgebaut, sodass

die Produktgruppe das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 137,6 Millionen Euro abschließen konnte, was einem Plus von 8,2 Millionen Euro entspricht. Die Produktgruppe **Transport**, in der seit Anfang 2015 nur noch die Bus- und Bahnwerbemedien berichtet werden, schloss auf niedrigem Niveau mit nur leichten Umsatzanstiegen ab. Das deutliche Wachstum in der Produktgruppe **Sonstige** war primär durch höhere Produktionserlöse bedingt. Zurückzuführen ist dieser Anstieg vorwiegend auf die gestiegenen Umsätze mit kleinen, lokalen Kunden, da diese Kunden wesentlich mehr full-service-Leistungen inklusive der Produktion der Werbematerialien nachfragen.

Infolge der erhöhten operativen Geschäftstätigkeit verzeichnete das Segment Out-of-Home Deutschland auch anziehende **Umsatzkosten**, wenngleich der Anstieg in Relation zum Umsatz deutlich unterproportional ausgefallen ist. In diesem Zusammenhang hat sich insbesondere das im Vorjahr ausgeweitete Kostensenkungsprogramm signifikant bemerkbar gemacht, das sich vor allem in 2015 spürbar positiv auf die Kostenstruktur ausgewirkt hat. Diese Kostensenkungen haben auch bei den Overheadkosten zu nachhaltigen Einsparungen geführt. Vor diesem Hintergrund konnte das Segment für das abgelaufene Geschäftsjahr ein **Operational EBITDA** in Höhe von 124,5 Millionen Euro (Vj.: 97,8 Millionen Euro) sowie eine **Operational EBITDA-Marge** von 26,8 Prozent (Vj.: 22,8 Prozent) verzeichnen.

Out-of-Home International

in Mio. EUR	2015	2014	Veränderung in %
Segmentumsatz, davon	142,8	147,3	-3,0
Billboard	114,5	120,7	-5,2
Street Furniture	20,3	20,0	1,7
Sonstige	8,0	6,5	22,1
Operational EBITDA	25,0	24,6	1,7

Im Segment OOH International sind unsere türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUp-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Das Segment OOH International erzielte im Jahr 2015 **Umsatzerlöse** in Höhe von insgesamt 142,8 Millionen Euro und musste damit gegenüber dem Vorjahr Umsatzeinbußen in Höhe von 4,5 Millionen Euro hinnehmen. Diese Einbußen waren in erster Linie auf die geopolitischen Unsicherheiten sowie die damit verbundene Schwäche der Türkischen Lira im Teilsegment Türkei zurückzuführen. In lokaler Währung gaben die Umsätze demgegenüber nur marginal nach. In Polen bewegten sich die Umsätze vor dem Hintergrund eines fortdauernd herausfordernden Marktumfelds ebenfalls leicht unter Vorjahresniveau. Die BlowUp-Gruppe konnte die hohen Wachstumsraten des Vorjahres zwar nicht wiederholen, jedoch ist es gelungen das hohe Umsatzniveau des Vorjahres zu behaupten und geringfügig auszubauen.

Im Hinblick auf die Umsatzkosten entwickelten sich die drei Teilsegmente unterschiedlich. Während unser Außenwerbebusiness in der Türkei ebenso wie die BlowUp-Gruppe aufgrund gestiegener Miet- und Pachtlaufwände erhöhte Umsatzkosten vermeldeten, entwickelten sich die Kosten in Polen weiter rückläufig. Unter Berücksichtigung zusätzlicher Einsparungen im Overhead ergab sich mit 25,0 Millionen Euro (Vj.: 24,6 Millionen Euro) ein insgesamt verbessertes **Operational EBITDA**. Auch die **Operational EBITDA-Marge** zog um 0,8 Prozentpunkte an und belief sich damit auf 17,5 Prozent.

Finanz- und Vermögenslage

Grundzüge der Finanzierungsstrategie

Ströer verfolgt konsequent eine konservative und langfristig ausgerichtete Finanzierungsstrategie. Die Sicherung der finanziellen Flexibilität hat höchste Priorität in der Ströer Gruppe.

Zu den wesentlichen Zielen des Finanzmanagements der Ströer Gruppe gehören:

- 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

Die Finanzierung der Ströer Gruppe 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 sowie in der Diversifikation der Kapitalgeber weitere wichtige Finanzierungsziele.

Im Rahmen unserer Finanzierungsbausteine achten wir auf ein angemessenes Fälligkeitsprofil unserer Finanzverbindlichkeiten sowie auf ein angemessenes, stabiles Portfolio von Kreditinstituten und Finanzintermediären, mit denen wir zusammenarbeiten. Wir operieren dabei auf Basis verbindlicher Standards, die Fremdkapitalgebern Transparenz und Fairness gewährleisten. In der Zusammenarbeit mit unseren kreditgebenden Banken ist uns der Aufbau einer langfristigen und nachhaltigen Beziehung besonders wichtig.

Der externe Finanzierungsspielraum wird im Ströer Konzern derzeit durch ein Bankensyndikat von elf ausgewählten in- und ausländischen Finanzinstitutionen zur Verfügung gestellt. Es handelt sich hierbei um eine im April 2014 vereinbarte Kreditfazilität, deren Konditionen im April 2015 im Rahmen eines sogenannten Amendments an die aktuellen Gegebenheiten und damit zugunsten der Ströer Gruppe angepasst wurden. Dabei wurde das bisherige Volumen von 500 Millionen Euro auf 450 Millionen Euro reduziert, wobei die Möglichkeit einer späteren Erhöhung um weitere 100 Millionen Euro besteht. Gleichzeitig wurde die Laufzeit um ein weiteres Jahr bis zum April 2020 verlängert. Die Vergabe der Darlehensmittel erfolgte unbesichert. Der Ströer Konzern kann damit auf eine langfristig stabile Finanzierung mit niedrigen Fremdkapitalkosten zurückgreifen. Die im Rahmen des Amendments angefallenen Kosten werden über die Laufzeit des Vertrags amortisiert.

Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 20 Prozent aller Kreditbeträge auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Da wir die konzernweiten Betriebsmittellinien (461,3 Millionen Euro) einschließlich der Ausnutzung durch Avale zum Bilanzstichtag 2015 mit insgesamt nur 282,7 Millionen Euro in Anspruch genommen haben, stehen uns über den bestehenden Kassensaldo (56,5 Millionen Euro) hinaus substantielle ungenutzte Finanzierungsspielräume zur Verfügung. Die Kreditmargen für die verschiedenen Kredittranchen sind von der jeweiligen Verschuldungsquote abhängig. Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen marktüblichen Usancen und betreffen zwei Kennziffern (Leverage Ratio und Fixed Charge Ratio), die auch zum Jahresende mit deutlichem Abstand zur jeweiligen Covenant-Grenze eingehalten wurden. Zum 31. Dezember 2015 standen nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von 178,6 Millionen Euro (Vorjahr: 189,2 Millionen Euro) zur Verfügung.

Die Darlehen sind vollständig variabel verzinst. Für rund 40 Millionen Euro dieser syndizierten Kreditfazilitäten bestanden zum 31. Dezember 2014 noch Festzinsswaps, deren Laufzeit im Januar 2015 endete. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand regelmäßig mit der möglichen Absicherung von Zinsänderungsrisiken durch den Einsatz von Festzinsderivaten 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 deren Innenfinanzierung abbildbar – prinzipiell über interne Darlehensbeziehungen im Rahmen von automatisiertem Cash Pooling abgedeckt. Im Ausnahmefall werden auch Kreditlinien mit lokal ansässigen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Anforderungen Rechnung zu tragen. Diesem Leitgedanken entsprechend erfolgte die Finanzierung der Tochtergesellschaften auch im Jahr 2015 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

Aufgrund der erfreulichen Ergebnisentwicklung der gesamten Ströer Gruppe ist die Nettofinanzverschuldung im abgelaufenen Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr deutlich um 43,8 Millionen Euro auf 231,2 Millionen Euro zurückgegangen. Im Jahr 2015 haben die Ströer SE sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditauflagen und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

Zunehmend steigende Eigenkapitalanforderungen, die sich vor allem aus dem Reformpaket Basel III ergeben, wirken sich insbesondere auch auf das Kreditgeschäft aus. Daher beabsichtigen wir mittelfristig, unsere derzeit stark auf Banken ausgerichtete Finanzierungsstruktur zugunsten einer stärker kapitalmarktorientierten Verschuldung zu diversifizieren. Dafür werden wir wiederkehrend im Rahmen unseres Finanzierungsmanagements verschiedene alternative Finanzierungsoptionen (wie z. B. Begebung von Schuldscheindarlehen oder Unternehmensanleihen) prüfen und dabei auch die weitere Optimierung des Fristigkeitenprofils unserer Finanzschulden berücksichtigen.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente hat der Ströer Konzern im Jahr 2015 nicht genutzt. Eine im Geschäftsjahr 2014 anfangs noch bestehende Vereinbarung über den Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (Factoring) zwischen einer türkischen Konzerngesellschaft und einem dort ansässigen Finanzinstitut wurde Ende 2014 aufgehoben. Wir nutzen operatives Leasing primär zur Finanzierung unserer Firmenfahrzeuge. Aufgrund des geringen Umfangs hat das operative Leasing aber keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Die Finanz- und Vermögenslage der Ströer Gruppe hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr nochmals verbessert. So ist der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – weiter kontinuierlich zurückgegangen und lag zum Bilanzstichtag bei nur noch 1,1 (Vj.: 1,9). Mit Blick auf die Liquidität standen dem Ströer Konzern zum Ende des Geschäftsjahres liquide Mittel in Höhe von 56,5 Millionen Euro (Vj.: 46,1 Millionen Euro) sowie nicht gezogene Kreditlinien in Höhe von 178,6 Millionen Euro (Vj.: 189,2 Millionen Euro) zur Verfügung. Die Kreditlinien sind durch eine Kreditfazilität bis zum April 2020 sichergestellt. Auch die Innenfinanzierungskraft der Gruppe stellt sich nach wie vor als sehr robust dar. So erreichte der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit im Jahr 2015 einen Spitzenwert von 190,3 Millionen Euro (Vj.: 123,4 Millionen Euro). Der Free Cash-Flow bewegte sich mit 92,4 Millionen Euro (Vj.: 65,5 Millionen Euro) trotz der Expansionsstrategie ebenfalls weit über Vorjahresniveau. Im Hinblick auf die Eigenkapitalausstattung führte die im November vollzogene Kapitalerhöhung nochmals zu einer deutlichen Stärkung, sodass die Eigenkapitalquote zum Stichtag bei 46,3 Prozent (Vj.: 33,6 Prozent) lag und damit als äußerst komfortabel eingestuft werden kann. Alles in allem kann der Ströer Konzern damit zum Ende des Geschäftsjahres 2015 eine sehr ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage vorweisen.

Finanzlage

In Mio. EUR	2015	2014	2013	2012*	2011*
Cash-Flow aus laufender Tätigkeit	190,3	123,4	74,4	54,9	95,0
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-97,9	-57,9	-70,3	-44,1	-57,0
Free Cash-Flow	92,4	65,5	4,1	10,8	38,0
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	-82,0	-59,9	14,6	-121,4	-10,1
Mittelveränderung	10,4	5,6	18,8	-110,6	27,9
Mittelbestand am Ende der Periode	56,5	46,1	40,5	23,5	134,0

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Der beachtliche Aufwärtstrend im operativen Geschäft der Ströer Gruppe machte sich auch im **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit**, der zum Bilanzstichtag mit 190,3 Millionen Euro (Vj.: 123,4 Millionen Euro) einen neuen Höchstwert markierte, nachhaltig bemerkbar. Darüber hinaus profitierte der Cash-Flow von einem signifikanten Rückgang der Zinszahlungen um 6,0 Millionen Euro, der vornehmlich auf die im vergangenen Jahr vollzogene Optimierung der Refinanzierung zurückzuführen war. Zudem wirkten sich auch die Veränderungen im Working Capital sowie die rückläufigen Steuerzahlungen vorteilhaft aus, wobei Letztere maßgeblich auf den zur Mitte des Jahres angepassten Strukturen der Ströer Gruppe beruhten.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** reflektiert mit seinen Auszahlungen in Höhe von -97,9 Millionen Euro (Vj.: -57,9 Millionen Euro) den fortschreitenden Wachstumskurs des Ströer Konzerns. Infolge der Umsetzung der Expansionsstrategie waren dementsprechend die Investitionen für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen substanziell ausgeweitet worden.

Im Ergebnis konnte Ströer trotz erheblich gesteigener Investitionstätigkeit einen **Free Cash-Flow** in Höhe von 92,4 Millionen Euro erwirtschaften. Damit wurden in den vergangenen fünf Jahren sämtliche Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen ebenso wie die Auszahlungen für Wachstumsprojekte und Unternehmenserwerbe jeweils vollständig aus dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abgedeckt. Vor diesem Hintergrund bleibt die starke Innenfinanzierungskraft unverändert eines der wesentlichen Merkmale des Ströer Konzerns – sie wurde auch im abgelaufenen Geschäftsjahr einmal mehr unter Beweis gestellt.

Die Auszahlungen im **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit**, der sich im Berichtszeitraum auf -82,0 Millionen Euro (Vj.: -59,9 Millionen Euro) bezifferte, beruhten mit 54,1 Millionen Euro ganz überwiegend auf der Rückführung von Finanzkrediten. Darüber hinaus entfielen gut 19,5 Millionen Euro der Auszahlungen auf die Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE.

Der Bestand an **liquiden Mitteln** belief sich zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres auf 56,5 Millionen Euro, was einem Anstieg von 10,4 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht. Zusammen mit den darüber hinaus langfristig zur Verfügung stehenden freien Kreditlinien in Höhe von 178,6 Millionen Euro schätzen wir die Liquiditätsausstattung des Ströer Konzerns damit nach wie vor als sehr komfortabel ein.

Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** des Ströer Konzerns bestand zum Jahresende 2015 zu rund 75,6 Prozent (Vj.: 75,9 Prozent) aus Eigen- und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Schulden in Höhe von 355,3 Millionen Euro (Vj.: 229,8 Millionen Euro) sind auch weiterhin zu weit mehr als 100 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 240,9 Millionen Euro (Vj.: 169,1 Millionen Euro) sowie langfristig zugesagte, freie Kreditlinien in Höhe von 178,6 Millionen Euro (Vj.: 189,2 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

Der Saldo der kurz- und langfristigen **Finanzverbindlichkeiten** betrug zum Ende des Geschäftsjahres insgesamt 351,0 Millionen Euro (Vj.: 348,2 Millionen Euro). Dabei wurde der Rückgang der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten unter anderem durch zusätzliche Verbindlichkeiten aus Put-Optionen, die im Rahmen der Unternehmenserwerbe gewährt wurden, überkompensiert.

Die Ermittlung der **Nettoverschuldung**, des Operational EBITDA und damit auch des dynamischen Verschuldungsgrads folgt der internen Berichtsstruktur im Ströer Konzern. Vor diesem Hintergrund werden jene vier at-Equity-bilanzierten Unternehmen, an denen Ströer 50,0 Prozent der Anteile hält, unverändert wie in den Vorjahren anteilig in diese Kennzahlen einbezogen. Dementsprechend wurden diese drei Kennzahlen durch die Umstellung auf IFRS 11 nicht beeinflusst.

In Mio. EUR		31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012*	31.12.2011*
(1)	Langfristige Finanzverbindlichkeiten**	302,7	307,7	351,2	311,0	413,1
(2)	Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten**	43,3	36,5	42,3	31,6	52,6
(1)+(2)	Summe Finanzverbindlichkeiten	346,0	344,2	393,5	342,5	465,7
(3)	Derivative Finanzinstrumente**	56,5	21,6	24,3	16,9	27,4
(1)+(2)-(3)	Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	289,5	322,6	369,2	325,6	438,3
(4)	Liquide Mittel**	58,3	47,6	43,1	23,5	134,0
(1)+(2)-(3)-(4)	Nettoverschuldung	231,2	275,0	326,1	302,1	304,3
	Dynamischer Verschuldungsgrad**	1,1	1,9	2,8	2,8	2,3
	Eigenkapitalquote (in %)	46,3	33,6	31,1	32,4	27,8

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

** Joint Ventures sind quotaal berücksichtigt

Die Ströer Gruppe konnte ihre Nettoverschuldung trotz umfangreicher Investitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr von 275,0 Millionen Euro auf 231,2 Millionen Euro zurückführen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung war insbesondere der Aufwärtstrend in der operativen Geschäftstätigkeit, der sich dementsprechend deutlich auch in einem erheblich verbesserten Operational EBITDA widerspiegelt. Der dynamische Verschuldungsgrad („Leverage Ratio“), der als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA definiert ist, hat sich demzufolge ebenfalls spürbar auf 1,1 verbessert.

Bei den **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** resultierte der Anstieg von 121,7 Millionen Euro auf 180,4 Millionen Euro vorwiegend aus dem Zugang der neu erworbenen Unternehmen im Digital-Segment sowie aus der allgemein erhöhten Investitionstätigkeit im gesamten Ströer Konzern.

Die **Sonstigen Verbindlichkeiten** fielen mit 71,3 Millionen Euro um 37,3 Millionen Euro höher aus als im Vorjahr. Hintergrund dieser Entwicklung waren unter anderem erhöhte passive Abgrenzungen für bilanzierte Forderungen, denen noch keine Leistungserbringung gegenüberstand.

Im **Eigenkapital** des Ströer Konzerns machte sich mit zusätzlichen 378,2 Millionen Euro vornehmlich die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage im Rahmen des Erwerbs der Digital Media Products GmbH bemerkbar, in der die InteractiveMedia CCSP GmbH sowie das Internet Portal t-online.de von der Deutschen Telekom AG gebündelt sind. Des Weiteren profitierte das Eigenkapital vom laufenden Jahresüberschuss in Höhe von 59,5 Millionen Euro. Gegenläufig wirkten sich die Erhöhung der Rücklage für Put-Optionen, die Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE sowie der Ausgleichsposten für die Währungsumrechnung unserer ausländischen Geschäftseinheiten aus. Im Ergebnis stieg damit das Eigenkapital der Ströer Gruppe von 320,7 Millionen Euro auf 675,2 Millionen Euro an. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 33,6 Prozent auf 46,3 Prozent.

Kosten der Kapitalstruktur

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 nach Ertragsteuern.

Vermögenslage

Konzernbilanz					
In Mio. EUR	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012*	31.12.2011*
Aktiva					
Langfristig gebundenes Vermögen					
Immaterielle Vermögenswerte	308,4	234,5	248,0	262,0	278,4
Goodwill	655,1	307,9	301,4	226,1	224,2
Sachanlagen	201,2	198,7	201,1	225,9	221,8
Anteile an at-Equity-bilanzierten Unternehmen	25,3	24,0	24,5	–	–
Steueransprüche	13,0	4,7	7,7	5,0	15,5
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	13,1	15,0	10,6	14,3	14,4
Zwischensumme	1.216,1	784,8	793,3	733,3	754,3
Kurzfristig gebundenes Vermögen					
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	177,5	117,8	112,8	96,7	85,8
Liquide Mittel	56,5	46,1	40,5	23,5	134,0
Steueransprüche	5,6	4,3	4,2	4,8	3,1
Vorräte	2,7	0,9	2,8	5,5	5,4
Zwischensumme	242,3	169,1	160,3	130,5	228,4
Bilanzsumme	1.458,4	953,9	953,6	863,7	982,6
Passiva					
Langfristige Finanzierungsmittel					
Eigenkapital	675,2	320,7	296,7	279,6	273,5
Fremdkapital					
Finanzielle Verbindlichkeiten	302,7	307,7	351,2	311,0	413,1
Latente Steuerverbindlichkeiten	68,7	54,8	54,9	55,1	71,4
Rückstellungen	56,4	40,8	38,4	37,2	31,3
Zwischensumme	427,8	403,3	444,4	403,2	515,8
Kurzfristige Finanzierungsmittel					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	180,4	121,7	103,2	80,5	77,5
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	119,5	74,4	82,1	65,9	81,7
Rückstellungen	34,9	23,1	20,6	18,6	21,0
Ertragssteuerverbindlichkeiten	20,4	10,5	6,6	16,0	13,1
Zwischensumme	355,3	229,8	212,5	180,9	193,3
Bilanzsumme	1.458,4	953,9	953,6	863,7	982,6

* Eine rückwirkende Anpassung im Hinblick auf IFRS 11 ist nicht erfolgt.

Vermögensstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** des Ströer Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 1.458,4 Millionen Euro (Vj.: 953,9 Millionen Euro).

Der deutliche Anstieg der Bilanzsumme beruhte in erster Linie auf umfangreichen Zugängen im **langfristig gebundenen Vermögen**, das im Berichtsjahr mit 1.216,1 Millionen Euro um 431,3 Millionen Euro höher ausgefallen ist. Maßgeblich für diesen Zuwachs war im Wesentlichen der Erwerb der Digital Media Products GmbH, in der die InteractiveMedia CCSP GmbH sowie das Internet Portal t-online.de von der Deutschen Telekom AG gebündelt sind. Die Zugänge sowohl aus diesem Erwerb als auch aus zahlreichen kleineren M&A-Transaktionen haben sich vorwiegend in den immateriellen Vermögenswerten einschließlich des Goodwills niedergeschlagen. Darüber hinaus beruhte auch der Anstieg in den langfristigen Steuerlatenzen in Höhe von 8,5 Millionen Euro nahezu ausschließlich auf den im abgelaufenen Geschäftsjahr vollzogenen Unternehmenserwerben.

Demgegenüber ist der Zuwachs im **kurzfristig gebundenen Vermögen**, das sich zum Stichtag auf 242,3 Millionen Euro (Vj.: 169,1 Millionen Euro) bezifferte, deutlich niedriger ausgefallen als im langfristigen Vermögen. Nennenswerte Veränderungen waren dabei insbesondere bei den kurzfristigen Forderungen und sonstigen Vermögenswerten zu verzeichnen. Diese beruhten einerseits auf den um 32,1 Millionen Euro höheren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die nahezu ausschließlich auf die erstmals in den Konzern einbezogenen Unternehmen zurückzuführen waren. Andererseits ergaben sie sich aus den kurzfristigen finanziellen Forderungen, die mit 28,9 Millionen Euro (Vj.: 8,9 Millionen Euro) vornehmlich aufgrund von Forderungen aus Kaufpreisanpassungen (M&A) sowie aufgrund von vertraglichen Ausgleichsforderungen höher ausgefallen waren.

Zum **Nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern. Hintergrund ist, dass nur solche Werbenutzungsrechte als immaterielle Vermögenswerte bilanziert werden, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben wurden. Auf der Absatzseite verfügen wir aufgrund unserer starken Marktposition darüber hinaus über ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist der größte Teil ebenfalls als nicht bilanziertes Vermögen einzustufen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen beliefen sich per 31. Dezember 2015 auf 1.005,2 Millionen Euro (Vj.: 1.011,6 Millionen Euro) und betrafen sowohl Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen als auch Miet- und Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus im Jahr 2015 vertraglich vereinbarten und im Jahr 2016 vollzogenen Anteils erworben an Unternehmen in Höhe von 77,9 Millionen Euro (Vj.: 5,8 Millionen Euro). Zu näheren Informationen verweisen wir auf unsere Ausführungen im Nachtragsbericht.

ANGABEN ZUR STRÖER SE

Der Lagebericht der Ströer SE (vormals: „Ströer Media SE“) und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2015 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 SE 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, Forschung und 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 SE.

Ertragslage

Die Ströer SE hat ihr **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** im abgelaufenen Geschäftsjahr merklich von 31,9 Millionen Euro auf 48,4 Millionen Euro steigern können. Ausschlaggebend für diesen Anstieg war der deutlich verbesserte Ertrag aus konzerninternen Ergebnisabführungen, der sich mit 93,7 Millionen Euro (Vj.: 46,9 Millionen Euro) gegenüber dem Vorjahr nahezu verdoppelt hat. Gegenläufig entwickelte sich insbesondere das sonstige betriebliche Ergebnis, in dem sich unter anderem auch höhere Rechts- und Beratungskosten, Restrukturierungskosten sowie die konzernweite Vereinheitlichung der Allokation von Overheadkosten ausgewirkt haben. Das signifikant gestiegene Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit hat sich zusammen mit einem gegenüber dem Vorjahr um 5,1 Millionen Euro verbesserten Steuerergebnis dementsprechend auch überaus positiv im **Jahresüberschuss** der Gesellschaft bemerkbar gemacht. Insgesamt bezifferte sich das Jahresergebnis damit auf 47,1 Millionen Euro (Vj.: 26,0 Millionen Euro).

in TEUR	2015	2014
Andere aktivierte Eigenleistungen	31	87
Sonstige betriebliche Erträge	19.755	26.699
Personalaufwand	-23.116	-21.361
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	-7.863	-5.825
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-28.968	-16.475
Erträge aus Beteiligungen	890	4.500
Ergebnis aus Ergebnisabführungsverträgen	89.531	45.952
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	1.395	2.640
Zinsen und ähnliche Aufwendungen / Erträge	-3.263	-4.339
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	48.392	31.877
Außerordentliches Ergebnis	-664	-240
Ertragsteuern	-561	-5.641
Sonstige Steuern	-27	-42
Jahresergebnis	47.140	25.955
Gewinnvortrag	45.955	48.631
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-6.407	-23.744
Ausschüttungen von Dividenden	-19.548	-4.887
Bilanzgewinn	67.140	45.955

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** summierten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 19,8 Millionen Euro (Vj.: 26,7 Millionen Euro). Dieser Rückgang beruhte unter anderem auf der Anfang des Jahres 2015 umgesetzten konzernweiten Vereinheitlichung der Allokation von Holdingkosten. Darüber hinaus waren im Vorjahresergebnis auch Einmaleffekte enthalten, die im Jahr 2015 nicht mehr aufgetreten sind.

Demgegenüber bewegte sich der **Personalaufwand** mit 23,1 Millionen Euro nur leicht um 1,8 Millionen Euro über dem Vorjahresniveau.

Auch die **Abschreibungen** auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens sowie auf das Sachanlagevermögen lagen mit 7,9 Millionen Euro über dem Wert aus 2014. Neben planmäßigen Abschreibungen enthielt dieser Wert wie schon im Vorjahr insbesondere zusätzliche Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände, die im Rahmen der Neuausrichtung der IT-Landschaft angesetzt worden waren.

Im **Sonstigen betrieblichen Aufwand** haben sich unter anderem die gestiegenen Rechts- und Beratungskosten, die Restrukturierungskosten sowie die konzernweite Vereinheitlichung der Allokation von Overheadkosten nachteilig ausgewirkt. Damit beliefen sich die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen im abgelaufenen Geschäftsjahr insgesamt auf 29,0 Millionen Euro (Vj.: 16,5 Millionen Euro).

Bei den **Erträgen aus Beteiligungen** hatte die Gesellschaft im Jahr 2014 noch von einer Dividendenausschüttung der BlowUp Media GmbH in Höhe von 4,5 Millionen Euro profitiert, die sich auf mehrere Vorjahre bezogen hatte. Im Jahr 2015 fielen diese Erträge, mit 0,9 Millionen Euro hingegen deutlich niedriger aus.

Mit Blick auf das **Ergebnis aus Ergebnisabführungsverträgen** konnte die Ströer SE im Berichtszeitraum Ergebnisabführungen ihrer Tochtergesellschaften in Höhe von insgesamt 89,5 Millionen Euro (Vj.: 46,0 Millionen Euro) verbuchen. Davon entfiel der weitaus größte Teil mit 92,7 Millionen Euro (Vj.: 46,9 Millionen Euro) auf die Ströer Media Deutschland GmbH. Grundlage dafür ist der im Jahr 2010 geschlossene Ergebnisabführungsvertrag. Die erfreulich hohe Ergebnisabführung ist auf die weiterhin sehr robuste Geschäftslage der deutschen Ströer Gruppe zurückzuführen.

Die **Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens** beziehen sich auf konzerninterne Darlehen, welche die Ströer SE ihren Tochtergesellschaften im abgelaufenen Jahr bzw. in Vorjahren langfristig gewährt hatte. Der mit 1,4 Millionen Euro (Vj.: 2,6 Millionen Euro) niedriger ausgefallene Ertrag reflektiert einerseits die gesunkenen Refinanzierungskosten des Ströer Konzerns, die wir in Form reduzierter Zinssätze an unsere Tochtergesellschaften weitergegeben haben. Andererseits wurden bisherige Darlehen an unsere Tochtergesellschaften in Polen und in der Türkei in einem Volumen von 65,0 Millionen Euro gegen Ende 2014 in Eigenkapital umgewandelt.

Demgegenüber ist das **Ergebnis aus Zinsen und ähnlichen Aufwendungen/Erträgen** mit –3,3 Millionen Euro (Vj.: –4,3 Millionen Euro) vor allem durch die mit unseren Banken im April 2015 neu verhandelten Zinskonditionen positiv gekennzeichnet. Gleichzeitig hat auch die gesunkene Nettoverschuldung der Ströer Gruppe zu einem Rückgang der an die Banken zu zahlenden Zinsmarge geführt.

Das **Steuerergebnis** hat sich mit –0,6 Millionen Euro deutlich gegenüber dem Vorjahr (–5,6 Millionen Euro) verbessert. Darin spiegeln sich unter anderem die geänderten Strukturen im Ströer Konzern wider, die zu einem rückläufigen Steueraufwand geführt haben.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme der Ströer SE hat sich im Berichtszeitraum von 663,1 Millionen Euro um 386,0 Millionen Euro auf 1.049,1 Millionen Euro erhöht. Der wesentliche Grund für diesen Anstieg lag im Erwerb der Anteile an der Digital Media Products GmbH, der sich auf der Aktivseite in den Anteilen an verbundenen Unternehmen und auf der Passivseite im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage im Eigenkapital niedergeschlagen hat. Darüber hinaus hat insbesondere auch die Forderung aus Ergebnisabführung gegenüber der Ströer Media Deutschland GmbH mit 92,7 Millionen Euro (Vj.: 46,9 Millionen Euro) maßgeblich zum veränderten Bilanzbild beigetragen. Weitere Effekte ergaben sich aus den erhöhten Forderungen gegenüber Tochterunternehmen, denen im Zuge der Expansionsstrategie im Digital-Geschäft zusätzliche finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt worden waren.

in TEUR	2015	2014
Aktiva		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	13.247	13.868
Finanzanlagen	886.205	569.822
	899.451	583.690
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	143.941	61.082
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.050	14.375
	144.991	75.457
Rechnungsabgrenzungsposten	4.662	3.924
Bilanzsumme	1.049.105	663.071
Passiva		
Eigenkapital	850.657	526.665
Rückstellungen		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	20	20
Steuerrückstellungen	11.215	7.568
Sonstige Rückstellungen	9.310	7.161
	20.545	14.749
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	64.485	49.167
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	8.385	5.403
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	90.362	48.411
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	5.500	3.990
	168.732	106.971
Passive latente Steuern	9.171	14.686
Bilanzsumme	1.049.105	663.071

Vermögensstrukturanalyse

Die **Immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen** bewegten sich im Berichtsjahr mit 13,2 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau (Vj.: 13,9 Millionen Euro). Dabei wurden anfallende Abschreibungen nahezu vollständig durch entsprechende Zugänge kompensiert.

Demgegenüber verzeichnete die Ströer SE im Hinblick auf die **Anteile an verbundenen Unternehmen**, die mit 811,4 Millionen Euro um 287,4 Millionen Euro über dem Vorjahr lagen, eine deutliche Veränderung. Der wesentliche Grund für diesen Anstieg liegt mit 284,6 Millionen Euro im Erwerb sämtlicher Anteile an der Digital Media Products GmbH, Darmstadt. Die Ströer SE hat die Anteile an dieser Gesellschaft, in der die InteractiveMedia CCSP GmbH, Darmstadt, sowie das Internet Portal t-online.de von der Deutschen Telekom AG gebündelt sind, mit wirtschaftlicher Wirkung zum 2. November 2015 übernommen. Darüber hinaus hat die Ströer SE mit Wirkung zum 27. Mai 2015 die restlichen 10,0 Prozent der Anteile an der BlowUp Media GmbH zu einem Kaufpreis von 2,6 Millionen Euro übernommen.

Auch die **Ausleihungen an verbundene Unternehmen** bewegten sich mit 74,8 Millionen Euro merklich um 29,0 Millionen Euro über dem Vorjahr. Die in diesem Zusammenhang den Tochtergesellschaften zur Verfügung gestellten finanziellen Mittel wurden vornehmlich zur Finanzierung der Expansionsstrategie im Digitalgeschäft genutzt. Namentlich entfällt der wesentliche Teil des Anstiegs mit 21,2 Millionen Euro auf die neu gegründete Tochtergesellschaft Ströer Venture GmbH sowie mit 11,2 Millionen Euro auf die STRÖER media brands AG (vormals: GIGA Digital AG).

Mit Blick auf die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** bezifferte sich der Anstieg im Berichtszeitraum auf 82,9 Millionen Euro, sodass der Saldo zum Ende des Geschäftsjahres bei 143,9 Millionen Euro lag. Ausschlaggebend für diesen signifikanten Zuwachs waren mit 71,1 Millionen Euro vor allem die kurzfristigen Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Davon entfielen knapp 45,8 Millionen Euro auf die erhöhte Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH, die mit 92,7 Millionen Euro nahezu doppelt so hoch ausfiel wie im Vorjahr (Vj.: 46,9 Millionen Euro). Weitere 23,2 Millionen Euro betrafen die Ströer Content Group GmbH, wobei der Zugang einerseits auf die Integration in den Cashpool mit der Ströer SE zurückzuführen war, sowie andererseits auf der Bereitstellung zusätzlicher finanzieller Mittel im Zuge der Expansionsstrategie im Digital-Geschäft beruhte. Darüber hinaus bilanzierte die Ströer SE unter den sonstigen Vermögensgegenständen eine Forderung aus Kaufpreisanpassungen hinsichtlich des Erwerbs der Anteile an der Digital Media Products GmbH in Höhe von 8,6 Millionen Euro.

Die **Guthaben bei Kreditinstituten** lagen zum Stichtag mit 1,1 Millionen Euro um 13,3 Millionen Euro unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Für weitere Ausführungen verweisen wir auf unsere Liquiditätsanalyse im nachfolgenden Abschnitt.

Der **Rechnungsabgrenzungsposten** belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 4,7 Millionen Euro und lag damit um 0,7 Millionen Euro über dem Vorjahr. Dieser Anstieg war primär bedingt durch die Aktivierung von Kosten, die im April 2015 im Rahmen der neu abgeschlossenen Refinanzierung angefallen sind und über die Darlehenslaufzeit von fünf Jahren aufgelöst werden.

Finanzstrukturanalyse

Das **Eigenkapital** der Ströer SE ist im abgelaufenen Jahr 2015 um 324,0 Millionen Euro auf 850,7 Millionen Euro angestiegen. Hintergrund dieser Entwicklung war mit 296,4 Millionen Euro in erster Linie die Einbringung der Anteile an der Digital Media Products GmbH im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durch die Deutsche Telekom AG (wir verweisen auf unsere Ausführungen im Abschnitt „Anteile an verbundenen Unternehmen“). Im Gegenzug ist die Deutsche Telekom AG zum Anteilseigner an der Ströer SE geworden und hat in diesem Zusammenhang 6.412.715 neue Aktien erhalten. Darüber hinaus wirkten sich der Jahresüberschuss 2015 mit 47,1 Millionen Euro erhöhend sowie die im Jahr 2015 vollzogene Dividenden-Ausschüttung für das Vorjahr in Höhe von 19,5 Millionen Euro mindernd auf das Eigenkapital aus. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich von 79,4 Prozent auf 81,1 Prozent und stellt sich damit weiterhin als sehr komfortabel dar.

Im Hinblick auf die **Rückstellungen** verzeichnete die Gesellschaft einen moderaten Anstieg von 14,7 Millionen Euro auf 20,5 Millionen Euro. Wesentliche Ursache für diese Veränderung

waren vor allem die steuerlichen Rückstellungen, die mit 11,2 Millionen Euro um 3,6 Millionen Euro über dem Vorjahr lagen. Daneben sind auch die übrigen Rückstellungen von 7,2 Millionen Euro auf 9,3 Millionen Euro angestiegen.

Bei den **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** verzeichnete die Ströer SE einen Anstieg um 15,3 Millionen Euro auf 64,5 Millionen Euro. Dieser beruhte nahezu ausschließlich auf einer höheren Inanspruchnahme der von unserem Bankenkonsortium zur Verfügung gestellten Betriebsmittellinie. Hinsichtlich näherer Details verweisen wir auf unsere Liquiditätsanalyse im nachfolgenden Abschnitt.

Auch bei den **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** bewegte sich der Saldo zum Ende des Geschäftsjahres mit 90,4 Millionen Euro merklich über dem des Vorjahres (Vj.: 48,4 Millionen Euro). Hintergrund waren die teilweise erheblichen Bestände an liquiden Mitteln bei Tochtergesellschaften, die diese zur Optimierung der Konzernrefinanzierung vorübergehend bei der Ströer SE angelegt haben.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** und die **Sonstigen Verbindlichkeiten** haben sich gegenüber dem Vorjahr um 3,0 Millionen Euro erhöht und beliefen sich in Summe auf 8,4 Millionen Euro.

Liquiditätsanalyse

in Mio. EUR	2015	2014
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	17,5	27,6
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-33,2	-28,5
Free Cash-Flow	-15,7	-0,9
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	2,4	6,1
Mittelveränderung	-13,3	5,1
Mittelbestand am Ende der Periode	1,1	14,4

Die Ströer SE erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2015 einen **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von 17,5 Millionen Euro (Vj.: 27,6 Millionen Euro). Während die Einzahlung aus Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH für das Geschäftsjahr 2014 mit 46,9 Millionen Euro nur leicht unter dem Vorjahresniveau lag (Vj.: 47,5 Millionen Euro), führten insbesondere höhere Auszahlungen für das operative Geschäft der Holding, zu denen unter anderem die umfangreichen Kosten im Rahmen der M&A-Transaktionen zählten, zu diesem rückläufigen Cash-Flow.

Im Hinblick auf den **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** fielen die Auszahlungen mit -33,2 Millionen Euro (Vj.: -28,5 Millionen Euro) etwas höher aus als noch im Jahr zuvor. Bei den Auszahlungen handelte es sich primär um Ausleihungen an die neu gegründete Ströer Venture GmbH in Höhe von 21,2 Millionen Euro. Darüber hinaus haben auch die Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen leicht angezogen.

Der **Free Cash-Flow** – definiert als Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich des Cash-Flows aus Investitionstätigkeit – bewegte sich im Geschäftsjahr 2015 mit -15,7 Millionen Euro um 14,8 Millionen Euro unter dem Wert des Vorjahres. Die Diskrepanz des Free Cash-Flow zum deutlich verbesserten Jahresüberschuss der Gesellschaft beruht weitestgehend auf der zeitlich nachgelagerten Auszahlung der Ergebnisabführung durch die Ströer Media Deutschland GmbH an die Ströer SE, die sich erst im Geschäftsjahr 2016 positiv auf den Free Cash-Flow der Ströer SE auswirken wird.

Im **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** machten sich insbesondere die Einzahlungen aus vorübergehenden Darlehen von Konzerngesellschaften zur Optimierung der konzernweiten Refinanzierungskosten sowie die höheren Darlehen gegenüber Kreditinstituten bemerkbar. Dem standen die Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE (19,5 Millionen Euro) sowie die Auszahlungen an Konzerngesellschaften im Rahmen der Cashpool-Finanzierung

(23,9 Millionen Euro) gegenüber. Im Saldo ergab sich damit ein leichter Einzahlungsüberschuss in Höhe von 2,4 Millionen Euro (Vj.: 6,1 Millionen Euro).

Der **Bestand an liquiden Mitteln** lag zum Bilanzstichtag mit 1,1 Millionen Euro um 13,3 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert.

Das **Nettofinanzvermögen** der Ströer SE setzte sich wie folgt zusammen:

In Mio. EUR	31.12.2015	31.12.2014
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	-60,0	-49,0
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (inkl. konzerninterner Finanzverbindlichkeiten)	-90,5	-49,5
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	-150,5	-98,5
(3) Konzerninterne lang- und kurzfristige Finanzforderungen	200,8	100,8
(1)+(2)-(3) Finanzverbindlichkeiten (abzüglich konzerninterner Finanzforderungen)	50,3	2,4
(4) Liquide Mittel	1,1	14,4
(1)+(2)-(3)-(4) Nettofinanzvermögen	51,4	16,7
Eigenkapitalquote (in %)	81,1	79,4

Das Nettofinanzvermögen der Ströer SE hat sich gegenüber dem Vorjahr von 16,7 Millionen auf 51,4 Millionen Euro verbessert. Maßgeblich dazu beigetragen hat der deutliche Aufwärtstrend im operativen Geschäft der Ströer Gruppe und die damit zusammenhängende höhere Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH. Insgesamt verfügt die Ströer SE damit weiterhin über ein positives Nettofinanzvermögen und eine äußerst stabile Finanzstruktur.

Die Ströer SE ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung des gesamten Ströer Konzerns verbunden. Aufgrund der komfortablen Eigenkapitalquote und der weiterhin sehr positiven Ergebnisse ihrer Tochtergesellschaften ist die Gesellschaft nach unserer Überzeugung ebenso wie der gesamte Konzern für zukünftige Herausforderungen bestens aufgestellt.

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

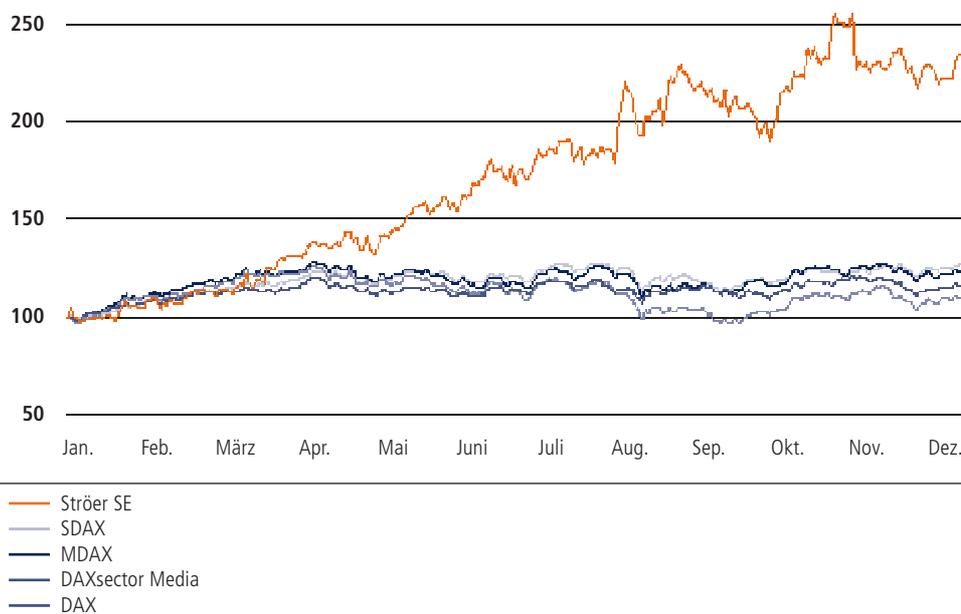
Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer SE hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns dargestellten Entwicklung der Ertragslage für das Jahr 2016 davon aus, dass die Tochtergesellschaften insgesamt noch deutlich höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften und die Ströer SE damit zukünftig Jahresergebnisse auf einem noch höheren Niveau erzielen wird.

INFORMATIONEN ZUR AKTIE

Der Aktienmarkt war in 2015 durch deutliche Schwankungen gekennzeichnet. Hierbei spielten die unsichere Geldpolitik der EZB und US Fed sowie die Entwicklung des Wirtschaftswachstums in China eine Rolle. Während der Dax bei 9.869 Punkten zum Jahresbeginn startete, erreichte er im April einen Rekordhöchststand von über 12.390 Punkten und fiel Ende September auf sein Jahrestief von 9.325 Punkten. Am letzten Handelstag 2015 schloss der Dax bei 10.743 Punkten, dies entspricht einer Steigerung von 8,86 Prozent über den gesamten Jahresverlauf.

Die Ströer Aktie hat sich im Berichtsjahr 2015 überaus positiv entwickelt und war im SDAX eine der besten Aktien. Gegenüber dem Schlusskurs im Jahr 2014 bei rund 24,72 Euro (Stand 31.12.2014) schloss die Aktie im Berichtsjahr 2015 bei 57,90 Euro (Stand 30.12.2015). Dies entspricht einem Anstieg von über 134 Prozent über den gesamten Jahresverlauf. Seit dem 21. Dezember ist die Ströer SE im MDAX gelistet.

Die Ströer Aktie im Jahr 2015 im Index-Vergleich



Quelle: Bloomberg

Gezielte Investor Relations

Neben der Einhaltung gesetzlicher Publizitätsanforderungen ist es unser Ziel, durch kontinuierlichen und persönlichen Kontakt mit Analysten, Investoren sowie interessierten Kapitalmarktteilnehmern einen vertrauensbildenden und transparenten Dialog zu gewährleisten. Durch Roadshows, Meetings in unserer Konzernzentrale sowie regelmäßigen telefonischen Kontakt informieren wir über aktuelle Entwicklungen. Der aktive Dialog mit den Kapitalmarktteilnehmern trägt außerdem zur Optimierung unserer Investor-Relations-Arbeit bei, um einen nachhaltigen Shareholder Value zu garantieren. Wir werten fortlaufend unsere Aktionärsstruktur aus und passen unsere Roadshow-Ziele daran an. Im Berichtsjahr waren dies insbesondere Frankfurt am Main, London und New York. In regelmäßigen Abständen besuchen wir auch Paris, Zürich, Skandinavien sowie die Westküste der USA. Darüber hinaus veranstalten wir Capital Market Days, Analyst Days oder Lender Days, um individuelle Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven des Kapitalmarktes zu adressieren. Außerdem schätzen wir den persönlichen Dialog mit Privataktionären, den wir auch durch unsere Teilnahme an öffentlich zugänglichen Aktionärsforen intensiv wahrnehmen.

Weiteres zentrales Kommunikationsmittel ist unsere Website <http://www.stroeer.com>, auf der wir zeitnah kapitalmarktrelevante Informationen und Dokumente zur Verfügung stellen.

Ordentliche Hauptversammlung

Am 30. Juni 2015 fand die ordentliche Hauptversammlung der Ströer SE im Congress-Centrum der Koelnmesse mit rund 60 Anteilseignern, Gästen und Vertretern der Presse statt. Insgesamt waren 80 Prozent des Grundkapitals vertreten. Die Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden überwiegend mit Mehrheiten von über 80 Prozent angenommen. Hierzu zählte auch die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,40 Euro pro dividendenberechtigter Stückaktie. Die Anträge auf einen Verzicht auf eine individualisierte Offenlegung der Vorstandsvergütung im Jahres- und Konzernabschluss sowie über die Schaffung einer neuen Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen wurden aufgrund der fehlenden Dreiviertelmehrheit nicht angenommen.

Außerordentliche Hauptversammlung

Am 25. September 2015 fand die außerordentliche Hauptversammlung (aoHV) der Ströer SE im Congress-Centrum der Koelnmesse mit rund 80 Teilnehmern statt. Der wesentliche Grund für die aoHV war die vorgeschlagene Umwandlung der Gesellschaft Ströer SE in eine KGaA. Insgesamt waren rund 79,0 Prozent des Grundkapitals vertreten. Die Beschlussvorträge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden mit Mehrheiten von über 80,0 Prozent mit angenommen. Hierzu zählte auch die geplante Umwandlung in die KGaA, die mit einer Mehrheit von über 84,0 Prozent angenommen wurde.

Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer SE ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und wurde seit September 2010 im Auswahlindex SDAX gelistet, am 21. Dezember 2015 folgte der Aufstieg in den Prime Standard Index MDAX. Auf Basis des Schlusskurses vom 30. Dezember 2015 beträgt die Marktkapitalisierung rund 3,2 Milliarden Euro. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen in den ersten zwölf Monaten dieses Jahres liegt bei 161.872 Stück. Im Vergleich zum letzten Jahr ist das tägliche Handelsvolumen an den deutschen Börsen mehr als verdoppelt.

Analystenstudien

Die Ströer SE wird von 13 Analystenteams begleitet. Von den Einschätzungen zum Ende der zwölfmonatigen Berichtsperiode dieses Jahres lauten 13 ‚Kaufen‘. Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter <http://www.stroeer.com> eingesehen und der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investmentbank	Empfehlung*
Bankhaus Lampe	Kaufen
Citigroup Global Markets	Kaufen
Commerzbank	Kaufen
Deutsche Bank	Kaufen
ExaneBNP	Kaufen
Hauck & Aufhäuser	Kaufen
Jefferies	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
KeplerCheuvreux	Kaufen
Liberum	Kaufen
MainFirst	Kaufen
Morgan Stanley	Kaufen
OddoSeydler	Kaufen

*Stand 31.12.2015

Kapitalmaßnahmen

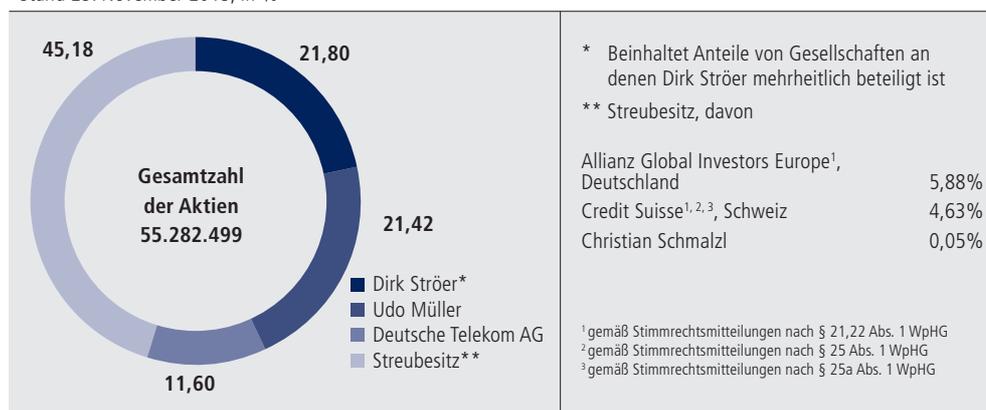
Die Gesamtzahl der Aktien ist im Berichtsjahr von 48.869.784 auf 55.282.499 Aktien angestiegen. Hintergrund dieser Erhöhung war die Einbringung der Anteile an der Digital Media Products GmbH im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durch die Deutsche Telekom AG.

Aktionärsstruktur

Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 21,42 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats (bis 2. November 2015) hält 21,80 Prozent und Christian Schmalzl hält rund 0,05 Prozent der Aktien an der Ströer SE. Der Streubesitz beträgt rund 45 Prozent. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts am 7. März 2016 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer SE von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,60 Prozent, Allianz Global Investors Europe 5,88 Prozent und Credit Suisse 4,63 Prozent.

Aktionärsstruktur der Ströer SE

Stand 25. November 2015, in %



Dividendenpolitik

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat die Ströer SE eine 0,40-Euro-Dividende pro dividendenberechtigter Stückaktie ausgeschüttet. Die Ströer SE beabsichtigt die Aktionäre weiterhin an einer erfolgreichen Gewinnentwicklung zu beteiligen.

Kenndaten der Ströer SE Aktie	
Grundkapital	55.282.499 EUR
Anzahl der Aktien	55.282.499
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
Erstnotierung	15. Juli 2010
ISIN (International Securities Identification Number)	DE0007493991
WKN (Wertpapierkennnummer)	749399
Börsenkürzel	SAX
Ticketsymbol Reuters	SAXG.DE
Ticketsymbol Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Prime Standard
Index	MDAX
Designated Sponsors	OddoSeydler
Jahresanfangskurs 2015 (2. Januar)	24,61 EUR
Jahresendkurs 2015 (31. Dezember)*	57,90 EUR
Höchstkurs 2015 (10. November)*	63,40 EUR
Tiefstkurs 2015 (21. Januar)*	24,10 EUR

*XETRA-Schlusskurs in EUR

MITARBEITER

Die Entwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter ist entscheidend für den Erfolg der Ströer Gruppe. Wesentliches Instrument ist unser qualifiziertes On-the-Job-Training. Der demographische 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. Deshalb sind engagierte und kompetente Beschäftigte eine wichtige Grundlage für unternehmerischen Erfolg, für Innovationsfähigkeit und Wertsteigerung. Ströer möchte sicherstellen, dass Mitarbeiter sich langfristig an das Unternehmen binden und sich mit ihm identifizieren. Entsprechend großen Wert legt Ströer darauf, die Attraktivität als Arbeitgeber über eine nachhaltige Personalpolitik und flexible Arbeitszeitmodelle zu gewährleisten.

Wir haben deutschlandweit erfolgreich die Vertrauensarbeitszeit eingeführt, begleitend dazu wurden außerdem Zielvereinbarungen eingeführt. Dadurch möchten wir dem Arbeitnehmer auch ermöglichen, Arbeitszeit und Privatleben besser zu synchronisieren sowie unternehmerische Ziele eigenverantwortlich umzusetzen. Ströer legt damit die Grundsteine für eine offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir sind der Ansicht, dass hierdurch die Effizienz der Mitarbeiter und die Zufriedenheit wesentlich gesteigert werden können.

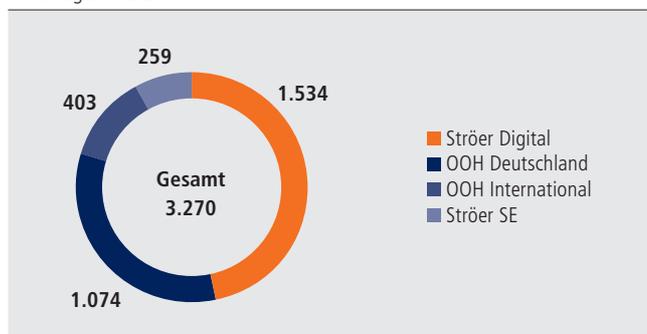
Beschäftigungssituation

Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Jahresende 3.270 (Vj.: 2.380) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Der Anstieg von 890 Stellen ist dem Digitalbereich in Deutschland zuzuordnen und dabei insbesondere auf größere Akquisitionen wie beispielsweise die der t-online.de zurückzuführen. Im nächsten Jahr rechnen wir mit einer steigenden Tendenz unserer Mitarbeiterzahl insbesondere durch den weiteren Aufbau unserer Vertriebsstruktur.

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2015

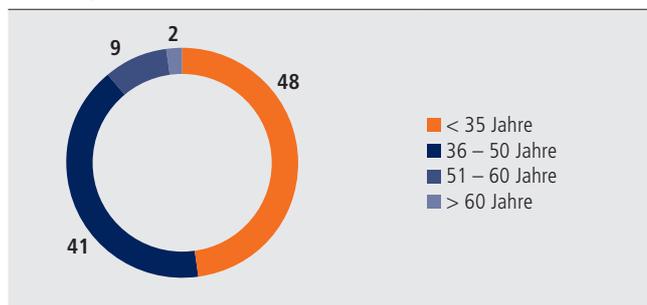


Betriebszugehörigkeit

Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 6,5 Jahre (Vj.: 7,4 Jahre) im Ströer Konzern beschäftigt. Der Rückgang ist durch die Einbeziehung der Mitarbeiter im Unternehmensbereich Digital zu erklären, in welchem sich nun auch Unternehmen befinden, die erst vor wenigen Jahren gegründet wurden.

Altersverteilung im Konzern

2015 in %



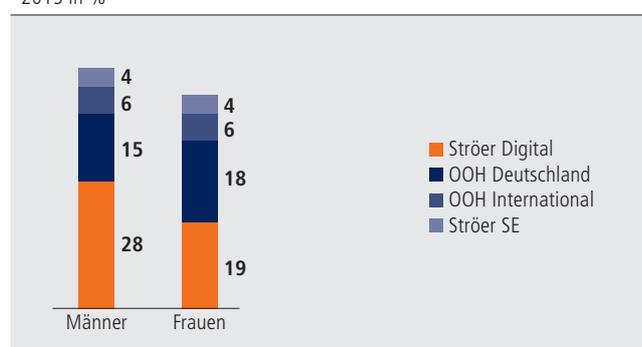
Wir verfügen über eine ausgewogene Altersstruktur. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme an uns zu binden und sie langfristig für unser Unternehmen zu begeistern. Dabei arbeiten sie mit Mentoren zusammen, die sie auf ihrem Weg begleiten und dabei selbst auf eine umfassende berufliche Erfahrung zurückblicken können.

Geschlechterverteilung

Der Anteil weiblicher Beschäftigter ging um 1,7 Prozentpunkte zurück, bewegte sich damit aber weiterhin auf hohem Niveau. Zum Jahresende waren 53 Prozent Männer und 47 Prozent Frauen in der Ströer Gruppe beschäftigt. Dies ist nicht zuletzt das Resultat unserer attraktiven Arbeitszeitmodelle, die bspw. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern und die uns als modernes Unternehmen auszeichnen.

Geschlechterverteilung der Mitarbeiter

2015 in %



Aus- und Weiterbildung

Berufsausbildung und Studium

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir auch in 2015 konsequent verfolgt, daher bieten sich dem Unternehmen vielfältige Möglichkeiten der Nachwuchsentwicklung. Ströer bildet zum Stichtag in den Berufsbildern Mediengestalter Digital & Print, Kaufleute für Büromanagement, Kaufleute für Marketingkommunikation und Fachinformatiker bundesweit insgesamt 70 Nachwuchskräfte aus. Die Anzahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Die Auszubildenden werden in unserer Konzernzentrale und in größeren Regionalniederlassungen praxisnah entwickelt. Neben der klassischen Berufsausbildung bietet Ströer auch duale Studienplätze (BA-Studium) an, im Jahr 2015 haben wir in Deutschland 20 BA-Studenten beschäftigt. Während unsere Studenten bereits seit längerem die Möglichkeit haben, ein Semester im Ausland zu verbringen, werden zukünftig auch unsere Auszubildenden im Rahmen ihrer Tätigkeiten einen Monat an einem europäischen Ströer-Standort arbeiten können.

Ströer bietet den BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme an. Im Jahr 2015 konnten wir erneut eine Vielzahl junger Talente in den verschiedensten Unternehmensbereichen übernehmen. Mit der Rekrutierung für den nächsten Ausbildungsjahrgang 2016 haben wir bereits Ende 2015 begonnen.

Weiterbildung und Qualifizierung

Im letzten Jahr haben wir auch unsere Vertriebsstruktur auf nationaler und regionaler Ebene in Deutschland stark weiterentwickelt. Ein gezieltes Trainingsprogramm on the job und in vereinzelten Seminaren führt zu einer Auswahl der erfolgreichsten Vertriebsmitarbeiter. Auch hier ist unsere Strategie langfristig ausgelegt. Wir wollen unsere Vertriebsmitarbeiter in die Strategie des Ströer Konzerns einbinden und gemeinsam das Umsatzwachstum der Ströer Gruppe vorantreiben. Seit dem letzten Jahr wurde unser Regionalvertrieb zum ersten Mal intensiv auf der Ebene der digitalen Produkte weiterentwickelt.

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 2015 aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

1. einer fixen Grundvergütung
2. einer variablen Vergütung, nämlich:
 - einem jährlich auszahlenden 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.

Die variablen Vergütungen für das Geschäftsjahr 2015 orientierten sich an folgenden Kennzahlen bzw. Zielvorgaben:

Short Term Incentives (STI)

- Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit

Long Term Incentives (LTI)

- Kapitalrendite
- Organisches Umsatz-Wachstum
- Aktienkurs

Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

Kapitalrendite auf Basis adjusted EBIT/Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung eines Zeitraums von drei Jahren ab. Benchmark hierfür ist die Erzielung einer Verzinsung in Höhe der Kapitalkosten des Unternehmens. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 294. Die Vergütung kann maximal den doppelten bzw. dreifachen Betrag erreichen, wofür eine deutlich über den Kapitalkosten liegende Verzinsung in der Drei-Jahres-Periode zu erreichen wäre. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Organisches Umsatz-Wachstum

In einem Drei-Jahres-Zeitraum wird das durchschnittliche organische Umsatzwachstum der Gesellschaft verglichen mit dem durchschnittlichen Wachstum des Werbemarkts, gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Brutto-Inlandprodukts in den von der Gesellschaft bearbeiteten Märkten. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 329. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten bzw. dreifachen Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Aktienkurs

Dieser LTI-Bestandteil ist abhängig von der Entwicklung des Aktienkurses der Gesellschaft über einen Vier-Jahres-Zeitraum gegenüber einem festgelegten Referenzkurs zu Beginn dieses Zeitraums. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der für das Jahr 2015 zugesagte Betrag auf TEUR 242, was zum Stichtag einer Anzahl von 11.034 virtuellen Aktienoptionen mit jeweiligem Zeitwert von EUR 56,19 entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vier-Jahres-Zeitraums erhöht im gleichen prozentualen Verhältnis die Vergütung dieses Gehaltsbestandteils bis auf maximal den doppelten bzw. dreifachen Betrag. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von EUR 0, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Nach Wahl des jeweiligen Vorstandsmitglieds kann die Vergütung auch in Aktien der Gesellschaft ausbezahlt 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 Vorstands-Vergütungen auf ein angemessenes Maß herabzusetzen.

Aktienbasierte Vergütungen

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat erstmals im Geschäftsjahr 2013 und im Geschäftsjahr 2015 Aktienoptionen im Rahmen eines Aktienoptionsprogramms gewährt. Die Aktienoptionen stellen weitere langfristige Vergütungskomponenten dar. Hierdurch sollen Leistungsanreize geschaffen werden, die auf Nachhaltigkeit und Langfristigkeit des Unternehmenserfolgs ausgerichtet sind. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren.

Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an das operative EBITDA des Konzerns geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Die Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2015 (2014) ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Für 2015 (2014) gewährte Zuwendungen, in EUR					
	2015				2014
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	3.120.000	2.300.000	440.000	380.000	2.070.800
Nebenleistungen	293.400	263.900	17.800	11.700	238.000
Summe	3.413.400	2.563.900	457.800	391.700	2.308.800
Einjährige variable Vergütung (bei Zielerreichung von 100%)	968.200	643.200	200.000	125.000	852.000
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeits-szenario)					
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	761.600	520.200	149.600	91.800	412.500
LTI „Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	851.200	581.400	167.200	102.600	614.700
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	627.200	428.400	123.200	75.600	452.900
LTI „Sonstige“	252.000	252.000	0	0	55.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)					
Summe	2.492.000	1.782.000	440.000	270.000	1.535.100
Gesamtvergütung	6.873.600	4.989.100	1.097.800	786.700	4.695.900

Für 2015 (2014) gewährte Zuwendungen, in EUR

	2015 Erreichbarer Minimalwert				2015 Erreichbarer Maximalwert
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	3.120.000	2.300.000	440.000	380.000	3.120.000
Nebenleistungen	293.400	263.900	17.800	11.700	293.400
Summe	3.413.400	2.563.900	457.800	391.700	3.413.400
Einjährige variable Vergütung (bei Zielerreichung von 100%)	0	0	0	0	968.200
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeits-szenario)					
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	0	0	0	0	761.600
LTI „Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	0	0	0	0	851.200
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	0	0	0	0	627.200
LTI „Sonstige“	0	0	0	0	252.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)					
Summe	0	0	0	0	2.492.000
Gesamtvergütung	3.413.400	2.563.900	457.800	391.700	6.873.600

Die im Geschäftsjahr 2015 und im Vorjahr zugeflossenen Vergütungen ergeben sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Für 2015 (2014) geflossene Zuwendungen, in EUR					
	2015				2014
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	3.120.000	2.300.000	440.000	380.000	2.070.800
Vorschuss	1.000.000	1.000.000			0
Nebenleistungen	293.400	263.900	17.800	11.700	238.000
Summe	4.413.400	3.563.900	457.800	391.700	2.308.800
Einjährige variable Vergütung (Auszahlungsbetrag für das Berichtsjahr)	968.200	643.200	200.000	125.000	852.000
Abfindungen	0	0	0	0	400.000
Mehrjährige variable Vergütung, deren Planlaufzeit im Berichtsjahr endete					
LTI „Kapitalrendite“ 2012	78.000	74.000	4.000	0	114.200
LTI „Kapitalrendite“ 2013	0	0	0	0	46.000
LTI „Umsatzwachstum“ 2012	407.000	387.000	20.000	0	524.500
LTI „Umsatzwachstum“ 2013	0	0	0	0	160.000
LTI „Aktienkurs“ 2011	91.000	91.000	0	0	112.800
LTI „Aktienkurs“ 2012	0	0	0	0	70.200
LTI „Aktienkurs“ 2013	0	0	0	0	117.600
Summe	576.000	552.000	24.000	0	1.145.300
Gesamtvergütung	5.957.600	4.759.100	681.800	516.700	4.706.100

Zu LTI „Sonstige“

Die Vergütung von TEUR 252 (Vj. TEUR 55) ist abhängig vom Verbleib im Unternehmen über einen Zeitraum von 4 Jahren. Bei frühzeitigem Ausscheiden ist die Vergütung insgesamt zurück zu zahlen.

zu „Aktienbasierte Bezugsrechte“

2015: 350.000 Optionen mit einem gewichteten Wert je Option von EUR 12,70

2014: 554.700 Optionen mit einem gewichteten Wert je Option von EUR 3,61

Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung

Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung

Altersversorgung

Es bestehen keine Versorgungszusagen bzw. anderweitige Altersversorgungen.

Abfindung

Für einen Vorstand ist geregelt, dass im Falle einer Nichtverlängerung des Anstellungsvertrags die Festvergütung pro rata temporis für weitere vier Monate als Abfindung zu zahlen ist.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Mit Ausnahme eines Vorstandsmitglieds ist für die übrigen Vorstandsmitglieder ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart. Für die Dauer des Wettbewerbsverbots zahlt die Gesellschaft pro volles 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 sowie Sitzungsgelder und Auslagenerstattungen. Die Vergütungen (ohne etwaige Umsatzsteuer) für das Jahr 2015 betragen:

In EUR	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Christoph Vilanek	60.000	4.000	64.000
Dirk Ströer (bis 02.11.2015)	40.000	3.500	43.500
Ulrich Voigt	40.000	3.500	43.500
Vicente Vento Bosch (ab 12.11.2015)	0	500	500
Summe	140.000	11.500	151.500

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die umfassende Risikoeinschätzung des Vorstands. Im Vordergrund unserer Risikostrategie steht nicht die strikte Vermeidung von Risiken. Vielmehr geht es uns darum sicherzustellen, dass unsere unternehmerischen Entscheidungen auf wohl informierten Abwägungen von Chancen und Risiken beruhen. Gleichzeitig gilt es, Risiken rechtzeitig zu identifizieren, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, um hier umgehend Maßnahmen zur Vermeidung oder Begrenzung von Risiken einleiten zu können. Grundsätzlich erwarten wir von jedem Mitarbeiter einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken.

Nach unserer Einschätzung sind die derzeit identifizierten und im Folgenden beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir überzeugt, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist und die sich bietenden Chancen nutzen wird. Trotz der uneinheitlichen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Kernmärkten werden sich nach Erwartungen des Vorstands die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr insgesamt stabil zeigen. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und von internen Maßnahmen zur notwendigen Anpassung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

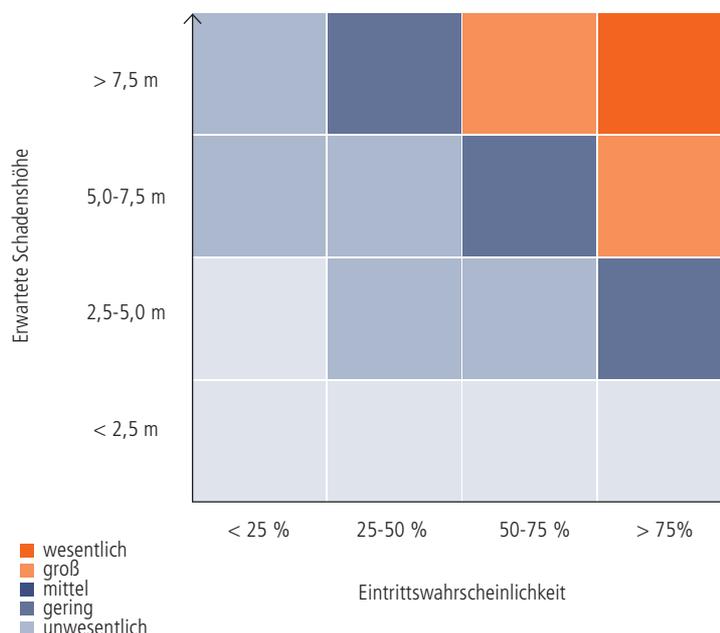
Chancen- und Risikomanagementsystem

Unser Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. Das Chancenmanagement von Ströer orientiert sich an den aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Erfolgsfaktoren. In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente zeichnen für das Chancenmanagement das operative Management in den Geschäftsbereichen in enger Abstimmung mit den Zentralbereichen und dem Vorstand verantwortlich. Das regelmäßige Managen von Chancen ist integraler Bestandteil des Planungs- und Kontrollprozesses.

Daneben betreibt Ströer ein konzernweites Risikomanagement, das im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen gemäß § 91 Abs. 2 AktG steht. Der Risikokonsolidierungskreis entspricht dem Konzernkonsolidierungskreis.

Der Chancen- und Risikobericht beinhaltet die Identifikation, Bewertung, Steuerung und Überwachung von Kernrisiken. Zu diesen Risiken zählen alle Sachverhalte, die eine signifikante Bedrohung unserer Erfolgsfaktoren darstellen und eine materielle Auswirkung auf unsere Ergebnis- oder Liquiditätssituation haben können. Sie lassen sich anhand ihres Schadenserwartungswerts einzelnen Risikoklassen zuordnen (wesentlich, groß, mittel, gering, unwesentlich), an die wiederum verschiedene Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Der Schadenserwartungswert wird im Rahmen eines Regelprozesses gruppenweit einheitlich nach den Dimensionen „Erwartete Schadenshöhe auf Ertrag (EBITDA) und/oder Cash-Flow“ sowie „Eintrittswahrscheinlichkeit“ bewertet. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Skalen dieser beiden Dimensionen (erwartete Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie die daraus abgeleitete Risikomatrix.

Entsprechend der Kombination aus erwarteter Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit wird der Schadenserwartungswert (SEW) des Risikos als wesentlich, groß, mittel, gering oder unwesentlich klassifiziert.



Für jeden Geschäftsbereich gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen, der die Risikosituation seines Bereichs dezentral managt und an das Group Risk Management berichtet. Innerhalb der Geschäftsbereiche gibt es Verantwortliche (Risk Owner) für die verschiedenen Risikobereiche, die an den jeweiligen Risikoverantwortlichen des Geschäftsbereichs berichten.

Um eine enge Verzahnung mit operativen und finanzwirtschaftlichen Fragestellungen sicherzustellen, ist das Group Risk Management im Zentralbereich Group Controlling angesiedelt. Es besitzt die Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher und informiert turnusmäßig den Vorstand und Aufsichtsrat über die aktuellen Risiken des Konzerns. Der regelmäßig erstellte interne Risikobericht geht auf die verschiedenen Ursachen der Kernrisiken, ihre Eintrittswahrscheinlichkeiten und Auswirkungen (Brutto- und Nettobewertung) ein. Zudem informiert er über die Veränderungen der Risikoprofile im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die außerhalb der Termine des Regelprozesses identifiziert werden und die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Ad-hoc-Berichterstattung verpflichtet.

Das Risikomanagement wird in regelmäßigen Abständen auf Effektivität überprüft und gegebenenfalls verbessert. Darüber hinaus beurteilt der Abschlussprüfer regelmäßig im Rahmen der Jahresabschlussprüfung, ob das Risikomanagementsystem geeignet ist, die den Fortbestand des Unternehmens gefährdenden Risiken frühzeitig zu erkennen. Über die Ergebnisse berichtet er an Vorstand und Aufsichtsrat.

Internes Kontrollsystem

Einen wichtigen Teil des Risikomanagements stellt das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe dar. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassende Einheit und lehnen uns dabei an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem (IKS) und zum Risikomanagementsystem 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 die Ströer Gruppe maßgeblichen rechtlichen Vorschriften gerichtet sind. Des Weiteren soll das interne Kontrollsystem die Berichterstattung unterstützen, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Ströer Gruppe zu vermitteln.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess haben wir folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

- Der Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.
- Alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sind über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation eingebunden.
- Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit definiert.

Wir erachten solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns maßgeblich beeinflussen können. Hierzu zählen folgende Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Konzernrechnungslegungsprozess,
- Kontrollen zur Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses und die daraus resultierenden Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen wesentlichen Gesellschaften,
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der im Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses (respektive des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns) generieren,
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige, EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen,
- Maßnahmen zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems und
- festgelegte Kommunikationswege, um zeitnah und vollständig Kontrollveränderungen zu übermitteln.

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).

Aus der Gesamtheit der identifizierten Chancen und Risiken werden nachfolgend jene Bereiche dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Prognosezeitraum in wesentlichem Umfang positiv oder negativ beeinflussen können. Gemäß der oben erwähnten Bewertung nach erwarteter Schadenshöhe in Bezug auf das erwartete EBITDA und/oder Cash-Flow sowie Eintrittswahrscheinlichkeit wird für die folgenden Risiken die entsprechende Klassifizierung des Schadenserwartungswerts des Risikos angegeben (z. B. „SEW mittel“).

Marktrisiken (SEW: gering)

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung kann sich unter anderem aufgrund politischer Unwägbarkeiten oder neuerlicher Finanzmarkturbulenzen schlechter darstellen, als im Rahmen unserer Prognose unterstellt. Dies stellt aufgrund der Konjunkturabhängigkeit des Werbemarktes für alle Segmente der Ströer Gruppe ein Risiko dar, dessen Materialisierung dazu führen könnte, dass die Ströer Gruppe ihre Umsatz- und Ergebnisziele nicht erreicht.

Konjunkturelle Risiken sehen wir insbesondere für den türkischen Werbemarkt. Zwar gehen wir insgesamt von einer Belebung des Marktes nach einem schwierigen Jahr 2015 aus. Anhaltende innenpolitische Unsicherheiten sowie die Gefahr weiterer geopolitischer Eskalationen in kurdischen Gebieten und an den Südgrenzen der Türkei zu Syrien und Irak können hier auch in 2016 belastend wirken.

Im Beschaffungsbereich könnten sich signifikante Planabweichungen vor allem durch den Verlust von Werberechtskonzessionen in der Außenwerbung oder von großen Publisher-Verträgen im Digitalbereich ergeben. Von Nachteil wäre auch eine Verzögerung der Genehmigungspro-

zesse, ein Kostenanstieg zur Erlangung notwendiger Baugenehmigungen oder eine Ablehnung attraktiver Standorte durch die Genehmigungsbehörden. Im Bereich der Online-Medien besteht grundsätzlich das Risiko, dass die im Portfolio befindlichen Webseiten – unter anderem aufgrund von Konkurrenzangeboten – weniger Nutzerinteresse auf sich ziehen als erwartet. Eine geringer als erwartet ausfallende Zahl von Unique Visitors bzw. Unique Users oder Ad Impressions kann die Erlöse aus der Reichweitenvermarktung beeinträchtigen. Diese Gefahren sehen wir aber als ganz normale Geschäftsrisiken an, die auch noch durch unser im Außenwerbe- wie auch im Digitalgeschäft sehr breit aufgestelltes Portfolio sehr begrenzt sind.

Beschaffungsrisiken insbesondere in der Außenwerbung können sich zudem aufgrund möglicher Preiserhöhungen bei Vorprodukten und Energie oder Preisvolatilitäten ergeben. Denkbar wären auch Ausfälle von Schlüssellieferanten oder Qualitätsprobleme bei Zulieferprodukten. Um das Risiko zu begrenzen, setzen wir auf eine produktübergreifende Standardisierung der Komponenten und eine Mehrquellenbeschaffungsstrategie.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich Planabweichungen in den einzelnen Segmenten durch mögliche Erlöseinbußen bei der Auftragserteilung gewichtiger Werbungtreibender oder Agenturen, durch Kundenverluste im intra- und intermedialen Wettbewerb oder durch reduzierte Margen infolge steigender Rabatte in der Medienbranche ergeben. In diesem Zusammenhang werten wir regelmäßig unsere Vertriebsaktivitäten aus und treffen entsprechende Maßnahmen, um dem bestehenden Rabattdruck entgegenzuwirken.

Nachdem im Ströer Konzern das neue Content-basierte Geschäftsmodell in den letzten zwei Jahren etabliert wurde – mit Deutschlands reichweitenstärkstem Online-Portal „t-online.de“ als Herzstück – betreibt die Ströer Gruppe eine Diversifizierung der bisher werbedominierten Erlösströme hin zu anderen Erlösarten im Bereich von Abonnement getriebenen Geschäftsmodellen sowie E-Commerce-Aktivitäten. Hierdurch sollen generelle Marktrisiken in der Werbevermarktung abgemildert werden.

Ein sich beschleunigender Trend im Internet-Surfverhalten der Nutzer, weg von stationären Computern hin zu mobilen Endgeräten, stellt insbesondere den Bereich der Online-Display-Werbevermarktung vor Herausforderungen. Diesem Risiko begegnen wir hauptsächlich mit einem Ausbau unserer mobilen Vermarktungsaktivitäten.

Generell stellt die vermehrte Nutzung von Ad Blockern ein Risiko für die Online-Werbevermarktung dar. Für unsere Online-Vermarktungsaktivitäten halten wir das Risiko aber für begrenzt. Dabei setzen wir zum einen auf technologische Maßnahmen, Ad-Blocker zu umgehen. Zum anderen ist unser Webseitenportfolio unter anderem aufgrund der Nutzerstrukturen unterdurchschnittlich stark von Ad-Blocking-Technologien betroffen. Zum dritten bieten wir vermehrt Produkte im Bereich native ads an, die ohnehin nicht von Ad-Blockern betroffen sind.

Politische und rechtliche Risiken (SEW: mittel)

Die anhaltende Diskussion zu datenschutzrechtlichen Themen in Politik und Gesellschaft stellt ein Risiko für unsere digitalen Geschäftsaktivitäten dar, in denen gerade die Verarbeitung von Daten ein zentrales Element ist. Unsicherheit besteht hier beispielsweise in einer geplanten Datenschutzgrundverordnung der EU. Hier sind geänderte gesetzliche Rahmenbedingungen z. B. für das Setzen von Cookies oder ähnlichen Technologien in der Diskussion. Auch wenn von derartigen gesetzlichen Neuregelungen nur einzelne Geschäftsmodelle in unserem Portfolio betroffen sein würden und große Datenmengen hauptsächlich anonymisiert genutzt werden, arbeiten wir an technologischen Maßnahmen, die das Risiko möglicher Erlösminderungen begrenzen sollen.

Darüber hinaus besteht ein mittleres Risiko einer in den letzten Jahren wiederholt in der politischen Diskussion geforderten Ausweitung von Werbeverböten, insbesondere im Bereich der Tabakwerbung. Diesem Risiko begegnen wir mit verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen. Durch eine deutlich gesunkene Abhängigkeit von einzelnen Werbekunden und -branchen hat die relative Bedeutung dieses Sachverhalts stark abgenommen.

Prozessrisiken (SEW: gering)

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Kommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, der in Bezug auf

Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit berücksichtigt werden muss. Eine Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnte zu einem Datenverlust und einer Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen kontinuierlichen Nachbesserungsmaßnahmen, die diese Risiken reduzieren sollen.

Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk insbesondere auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger zusammenhängen. Gleiches gilt für nicht auszuschließende Störungen im Hinblick auf die ordnungsgemäße Arbeitsweise bei der Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie das Reklamations- und Forderungsmanagement.

Mitarbeiterisiken (SEW: unwesentlich)

Ein Risiko für Ströer liegt in der ungewollten Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, sollten diese nicht oder nicht rechtzeitig durch eigene oder neue Mitarbeiter adäquat ersetzt werden. Wir wirken den Personalrisiken mit einer Reihe etablierter Maßnahmen, wie z. B. einem leistungsbezogenen Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten oder Stellvertretungsregelungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Medienunternehmen konnten wir außerdem durch den massiven Ausbau des Segments Digital weiter stärken.

Finanzrisiken (SEW: gering)

Aus der aktuellen Verschuldung resultiert für Ströer ein generelles Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der in den Kreditverträgen mit dem Bankenkonsortium vereinbarten Covenants sowie Informations- und Genehmigungspflichten abhängt. Dieses Risiko hat sich aber durch eine deutliche Verbesserung des operativen Geschäfts erheblich reduziert.

Ströer entstehen überdies währungsbedingte Risiken. So besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Das Gewicht der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse am Konzernabschluss ist im Berichtszeitraum aber deutlich zurückgegangen. Transaktionsbedingte Währungsrisiken sind für die Ströer Gruppe ohnehin unbedeutend.

Zinsänderungsrisiken ist die Ströer Gruppe im Wesentlichen im Bereich der langfristigen variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie hinsichtlich der vorhandenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ausgesetzt.

Ein Beteiligungsrisiko resultiert grundsätzlich in Zukunft aus Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen, die sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken könnten. Es ist nicht vollständig auszuschließen, dass es zu einer Berichtigung von Firmenwerten kommt, sollte die Geschäftsentwicklung einzelner Gesellschaften hinter den Erwartungen zurückbleiben.

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

Sonstige Risiken (SEW: unwesentlich)

Zudem ist die Ströer Gruppe grundsätzlich Kommunikationsrisiken ausgesetzt, die letztlich auch in Reputationsrisiken münden können. Mit der Konzernkommunikation und den Investor Relations verfügen wir jedoch über zwei wichtige Funktionen, um relevante Informationen rechtzeitig den entsprechenden Adressaten zur Verfügung zu stellen und sachgerecht agieren zu können.

Unternehmenskäufe wie der Erwerb zahlreicher Unternehmen im Digitalbereich in den vergangenen drei Jahren beinhalten naturgemäß Risiken, die z. B. aus Kundenabwanderungen, aus ungewollter Mitarbeiterfluktuation, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf oder aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten herrühren können. Wir reduzieren solche Risiken durch entsprechende Analysen und angemessene Steuerungsmaßnahmen. Darüber hinaus verfügt die Ströer Gruppe über umfangreiche Erfahrungen hinsichtlich der Integration neu erworbener Gesellschaften.

→ Weitere Details zu den finanziellen Risiken finden Sie im Konzernanhang im Abschnitt 35

Unsere geschäftlichen Aktivitäten müssen mit geltendem Recht in Einklang stehen. Insbesondere kartell- und kapitalmarktrechtliche Regelungen, Regelungen eines integrierteren Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen werden von unserer Rechtsabteilung ständig auf ihre Einhaltung überwacht. Darüber hinaus vermindern wir unsere Rechtsrisiken durch gezielte Einbindung von externen Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälten. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen.

Chancensituation

Gesamtwirtschaftliche Chancen ergeben sich aus einer Erhöhung des Nettowerbevolumens in unseren Kernmärkten Deutschland, Türkei und Polen, die stärker ausfällt als in unserer Basisplanung. Dies könnte der Fall sein, wenn sich das gesamtwirtschaftliche Umfeld besser entwickelt als erwartet oder sofern sich Werbebudgets stärker als angenommen auf die Außen- und Online-Werbung verlagern.

Der Strukturwandel in der Werbeindustrie, der sich insbesondere in der fortschreitenden Digitalisierung der Medienangebote niederschlägt, kann im Geschäftsjahr 2016 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts in Printmedien hin zu digitalen Medien weiter beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen (Public Video, Desktop, Mobile), wie sie in dieser Form auch nur von der Ströer Gruppe angeboten werden, über unsere Planungen hinaus zulegen. Insgesamt sind wir durch unsere Angebote in der Außenwerbung und im Online-Bereich gut aufgestellt, um unseren Kunden vor dem Hintergrund der anhaltenden Megatrends Digitalisierung, Urbanisierung und steigender Mobilität der Bevölkerung ein optimales Angebot bieten zu können. Hieraus ergeben sich Chancen von stärkeren Marktanteilszuwächsen im intermedialen Wettbewerb, als bislang in unseren Planungen erwartet.

Ebenfalls kann das Buchungsvolumen bei mobiler Werbung – auch in Verbindung mit regional gesteuerten Kampagnen – über die Erwartungen hinaus wachsen. Aufgrund der starken Positionierung im Bereich der Performance-Technologien sowie im angestammten Out-of-Home-Geschäft verfügen wir ferner über besondere Wachstumspotenziale.

Strategische Chancen ergeben sich überdies aus dem anhaltenden Konsolidierungsdruck im Online-Werbemarkt. Dank der glaubwürdigen Positionierung der Ströer Gruppe als Vorreiter dieser Konsolidierungsbewegung können sich hieraus auch künftig konkrete Chancen auf anorganisches Wachstum ergeben. Durch die fortlaufende Erweiterung des Online-Inventars sowie die nochmalige Verbesserung der Technologieposition können sich – ebenso wie aus dem forcierten internationalen Ausrollen des vollintegrierten Geschäftsmodells – positive Größen- und Synergieeffekte ergeben, die in der Basisplanung noch nicht berücksichtigt sind. Mit unserem voll integrierten Geschäftsmodell sind wir zuversichtlich, uns im Wettbewerb mit den großen verlagsgebundenen Vermarktern und TV-Angeboten noch besser positionieren und Marktanteile gewinnen zu können.

Aus den aktuell weiter verstärkten Integrationsanstrengungen bei unseren zahlreichen Akquisitionen im Berichtszeitraum können sich bislang noch nicht geplante Synergien im Umsatz- wie im Kostenbereich ergeben. Auch der verstärkte Austausch von technologischem Know-how zwischen den neu erworbenen Einheiten bietet zusätzliche Chancen, unsere Position in diesem Bereich weiter zu verbessern.

Wichtiger Erfolgsfaktor hierfür ist die Qualität des Portfolios an Werbeträgern. Aus der engen Partnerschaft mit Städten und Betreibern von Bahnhöfen im Bereich der Außenwerbung sowie mit Publishern im Online-Segment können unter Umständen national wie international zusätzliche Potenziale ausgeschöpft werden. Sowohl in Deutschland als auch in der Türkei und Polen besitzt die Ströer Gruppe eine exponierte Position, die ihr die aktive Gestaltung der Außenwerbe- und Online-Märkte erlaubt.

Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir darüber hinaus aus unserem auch im Berichtszeitraum weiter verstärkten regionalen Vertriebsauftritt. Hier könnten sich in einem stärker als bislang erwarteten Ausmaß Synergien zwischen digitalen und analogen Angeboten ergeben.

PROGNOSEBERICHT¹

Gesamtaussage des Vorstands zur erwarteten Konzernentwicklung in 2016

Das „Internet der Dinge“ macht die orts- und zeitunabhängige Mediennutzung durch mobile Endgeräte zum zentralen Entwicklungstreiber der Unterhaltungs- und Medienbranche. Technische Entwicklungen machen eine an die persönlichen Bedürfnisse des Konsumenten angepasste Nutzung möglich – stationär oder mobil. Die Informationslücke zwischen realer und virtueller Welt wird hierbei minimiert.

Mit unserem zentralen Ad Server können wir Bewegtbild-Inhalte auf Online-Desktops, Mobile und Public Video Screens erstmals zentral aussteuern. Bei den Werbekunden stärken wir damit nachhaltig unsere Positionierung als größter non-TV-Vermarkter und unsere Relevanz als Anbieter innovativer Kommunikationslösungen. Besonders interessant ist außerdem das Management von großen Datensätzen und das Performance Publishing. Ein weiteres großes Wachstumsfeld sehen wir in der regionalen Vermarktung unseres Out-of-Home- und Digital-Inventars.

Um dieses Potenzial zu heben, wollen wir im Jahr 2016 den Ausbau unserer regionalen Vertriebsorganisation in Deutschland vorantreiben. Wir werden fortlaufend intensiv daran arbeiten, das vermarktbare Inventar sowohl im Bereich Out-of-Home als auch im Bereich Digital zu sichern und weiter auszubauen.

Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung erwarten wir für die gesamte Ströer Gruppe auch im Jahr 2016 ein deutliches organisches Umsatzwachstum. Wir rechnen mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich sowie mit einer weiteren, leichten Verbesserung der Operational EBITDA-Marge gegenüber dem Berichtsjahr. Auf Basis einer höheren Cash-Flow-Prognose und wegen der im Berichtsjahr abermals optimierten Finanzierungsbedingungen erwarten wir weiter rückläufige Finanzierungsaufwendungen. Wir streben an, den Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) der Ströer Gruppe unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen weiter sichtbar zurückzuführen. Unter Berücksichtigung des Investitionsbedarfs für das nächste Jahr rechnen wir ohne M&A-Transaktionen mit einem deutlichen Anstieg des Free Cash-Flow. Unsere Kapitalrendite (ROCE) sollte im folgenden Jahr nahezu unverändert bleiben.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Die zukunftsgerichteten Aussagen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen nur die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2016 beeinflussen können. Erfahrungsgemäß ist die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe von der konjunkturellen Entwicklung in unseren Märkten sowie von der jeweiligen Entwicklung der Werbemärkte abhängig. Auch der länderspezifische Marktanteil der Digital- bzw. Out-of-Home-Medien am Gesamtwerbemarkt hat Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Die direkte Ableitung einer Umsatzprognose aus diesen gesamtwirtschaftlichen oder branchenspezifischen Parametern ist indes nicht möglich, weil die Korrelation der genannten Parameter mit dem Umsatz in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann. Zudem können sich die Rahmenbedingungen unterjährig ändern, weshalb die tatsächliche Entwicklung der Umsatz- und Ertragslage von der prognostizierten Entwicklung wesentlich abweichen kann.

Das Buchungsverhalten der Werbekunden ist in der gesamten Werbewirtschaft durch sehr kurzfristige und immer kürzer werdende Auftragsvorläufe geprägt. Dies trifft auf die Out-of-Home-Vermarktung sowie in besonderem Maße auch auf die Digitalvermarktung zu, wo Kampagnen aus technischen Gründen noch kurzfristiger eingebucht werden können. Insbesondere der Ausbau der RTB-Plattformen, bei denen die Transaktionen in Echtzeit abgewickelt werden, trägt wesentlich zu dieser Entwicklung bei. Durch den geringen Buchungsvorlauf sind wir in der Voraussage unserer Umsatz- und damit auch Ertragsentwicklung sehr eingeschränkt.

Zudem sind die für den Ausblick auf den Konzernjahresüberschuss relevanten externen Marktparameter wie Zinskurven und Währungskursverläufe kaum prognostizierbar. Unsicherheiten bei der Prognose dieser Parameter können sich auch auf zahlungsunwirksame Sachverhalte im Finanzergebnis auswirken. Die Derivate zur Absicherung dieser Unsicherheiten sind im Januar

¹ Der Vergleich zum prognostizierten Wert des nächsten Jahres beruht grundsätzlich auf dem in 2015 erreichten Ist-Wert

2015 ausgelaufen. Neue Sicherungsinstrumente sind zum jetzigen Zeitpunkt nicht geplant. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir von gegenüber dem Berichtsjahresende weitestgehend konstanten Parametern aus.

Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Auch im Jahr 2015 ist die Weltkonjunktur hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Die Normalisierung der Geldpolitik mit der ersten US Leitzinsanhebung der Fed seit 2006 sollte zu einer leichten Liquiditätsdrosselung in 2016 führen. Auch die Verlangsamung der chinesischen Wirtschaft hat Auswirkungen auf die Weltwirtschaft. Das niedrige Ölpreisniveau wirkt sich jedoch positiv aus. Für das Jahr 2016 ist mit einem Anstieg des globalen Wachstums ähnlich zum Vorjahresniveau zu rechnen. Der Internationale Währungsfonds rechnet in seinem World Economic Outlook für 2016 mit einem Anstieg des weltweiten Wirtschaftsvolumens (World Output) um 3,6 Prozent (Vj: 3,1 Prozent).

Die Europäische Kommission erwartet für das Jahr 2016 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,8 Prozent in der Eurozone.² Neben dem bremsenden Einfluss politischer und geopolitischer Risiken (Verhandlungen über Schuldenerleichterung in Griechenland, Flüchtlingskrise in Europa) wirkt sich die weitere quantitative Lockerung und der schwächere Euro positiv aus. Insgesamt sollte es somit zu einem moderaten Anstieg bei den Exporten, dem privaten Konsum und den Investitionen kommen. Die Finanzmarktbedingungen dürften zwar in 2016 zunächst günstig bleiben, bevor sie gegen Jahresende restriktiver werden. Im Zins- und Kapitalmarktumfeld rechnen wir jedoch mit keinen wesentlichen Veränderungen gegenüber dem Vorjahr.

Die konjunkturelle Entwicklung **Deutschlands** wurde in 2015 trotz Volkswagen-Krise bis zum Ende des Jahres kontinuierlich positiv bewertet. Für 2016 prognostiziert die Bundesregierung ein Wachstum von 1,8 Prozent³ und liegt damit gleichauf mit Prognosen des OECD.⁴ Die wesentlichen Nachfrageimpulse kommen aus dem Inland. Kurzfristig stimuliert die Flüchtlingsmigration die privaten und staatlichen Konsumausgaben. Der niedrige Ölpreis erhöht die Kaufkraft privater Haushalte und Unternehmensgewinne. Im Zusammenhang mit der Abwertung des Euro sollte es auch kurzfristig zu positiven Impulsen bei den Exporten kommen.

Zwar entwickelt sich die **Türkei** langsamer, als in den langfristigen Prognosen vorgesehen, doch wird von der türkischen Regierung und der OECD für 2016 ein robustes Wachstum des BIP von 3,4 Prozent erwartet.⁵ Unsicherheiten sehen wir in der Entwicklung des Konflikts in den südöstlichen Nachbarländern Syrien und Irak sowie in der Volatilität des Wechselkurses der Türkischen Lira gegenüber dem US-Dollar und dem Euro. Zwar sehen wir die politische Lage nach dem Ausgang der Parlamentswahlen Mitte des Jahres als stabiler an, erwarten jedoch keine wesentliche Veränderung der Entwicklung des Umfeldes für die Folgejahre.

Die quantitativen Einschätzungen zum Wirtschaftswachstum in **Polen** sind positiv. Für 2016 erwartet die OECD ein BIP-Wachstum von 3,4 Prozent.⁶ Wesentlicher Grund für die positive Aussicht ist insbesondere die steigende Inlandsnachfrage, welche auf groß angelegten Investitionsplänen, steigenden Firmeninvestitionen und einem Anstieg des privaten Konsums beruht. Positiv auf die Konjunktur dürfte sich ferner die Zusage von EU-Fördermitteln auswirken. Allerdings führen die Kursschwankungen des Zloty zu finanziellen Risiken bei Ein- und Ausfuhren.

2 Quelle: European Commission, European Economic Forecast Autumn 2015

3 Quelle: Projektionen der Bundesregierung Herbstprojektion 2015

4 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Germany, November 2015

5 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Turkey, November 2015

6 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Poland, November 2015

Zukünftige Branchenentwicklung

Im Euroraum trägt die positive Wachstumserwartung stabilisierend zur traditionell zyklisch reagierenden Werbekonjunktur bei. MagnaGlobal rechnet mit einem Wachstum von 2,5 Prozent für Westeuropa.⁷ Die Agentur ZenithOptimedia prognostiziert eine durchschnittliche Wachstumsrate in Höhe von 4,0 Prozent für 2016.⁸ Dabei geht ZenithOptimedia davon aus, dass einzelne starke westeuropäische Werbemärkte die niedrigen Wachstumsraten der Peripheriestaaten ausgleichen und somit ein durchschnittliches Wachstum von 3,3 Prozent bis zum Jahr 2018 gewährleistet ist.

Insbesondere im Bereich Werbung wird die zunehmende Dominanz der digitalen Medien deutlich. Laut dem „Global Entertainment and Media Outlook“ der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers (PwC) wird der Anteil der Erlöse aus digitalen Medien am Gesamtmarkt im Jahr 2019 ein Niveau von 43 Prozent erreichen.⁹

Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Auch in Deutschland war die Entwicklung des Werbemarktes im Jahr 2015 vom starken Wachstum im Digitalbereich geprägt. Nach Einschätzung von ZenithOptimedia ist der Werbemarkt um 1,7 Prozent gewachsen. Für 2016 wird ein Wachstum von 1,6 Prozent erwartet.¹⁰ MagnaGlobal geht von einem stabilen Wachstum der Werbeumsätze von 1,3 Prozent im Jahr 2016 aus.¹¹ Diese guten Aussichten für 2016 decken sich mit dem Ergebnis einer Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). Aufgrund der stabilen wirtschaftlichen Entwicklung blicken die werbenden Unternehmen mit verhaltenem Optimismus auf 2016. In der Umfrage des OWM gaben 38 Prozent der Werbungtreibenden an, mit steigenden Werbeumsätzen zu rechnen, knapp die Hälfte ging von stabilen Umsätzen aus und nur 14 Prozent von sinkenden.¹²

Für die Werbeumsätze in der Out-of-Home-Branche wird in den bekannten Studien ein leicht stärkeres Wachstum im Vergleich zum Gesamtwerbemarkt erwartet. Nach Einschätzung von PwC sollen die Werbeumsätze im Jahr 2016 mit einer Rate von 2,7 Prozent wachsen.¹³ ZenithOptimedia erwartet eine leicht höhere Wachstumsrate von 3,0 Prozent.¹⁰ Wesentliche Wachstumstreiber sind die digitalen Werbeträger, bei denen PwC in den kommenden Jahren mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 8 Prozent rechnet.¹³ Daneben unterstützen die Flexibilisierung und Regionalisierung von Werbeformen sowie die zunehmende Mobilität der Gesellschaft die positive Entwicklung der Außenwerbung. Neue technologische Entwicklungen wie z.B. iBeacons und Near Field Communication (NFC) eröffnen weitergehende Nutzungsperspektiven für Out-of-Home-Medien durch die Verbindung mit anderen Werbeformen und neuen Formaten, die eine Interaktion zwischen Werbungtreibendem und Konsumenten über dessen Smartphone ermöglichen. Aufgrund der insgesamt eher positiven Marktaussichten erwarten wir in der Out-of-Home-Branche ein Umsatzwachstum im unteren bis mittleren einstelligen Prozentbereich.

7 Quelle: Magna Global Advertising Revenue Forecasts, Western Europe, Dezember 2015

8 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Worldwide, Dezember 2015

9 Quelle: PricewaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook 2015-2019

10 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2015

11 Quelle: Magna Global Advertising Revenue Forecasts, Germany, Dezember 2015

12 Quelle: Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), November 2015

13 Quelle: PricewaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Aussenwerbung, 2015-2019

Auch auf dem Markt für Online-Werbung soll sich die positive Entwicklung aus 2015 in 2016 fortsetzen. Die im Vergleich unter den Medien höchste Wachstumsdynamik beruht auf der zunehmenden Digitalisierung der Medienlandschaft sowie der starken Entwicklung des Internets als Werbeträger. Die erhöhte Werbeeinflussung durch präziseres Targeting und performanceorientierte Angebote bietet nachhaltige Wachstumsfelder. ZenithOptimedia und PwC prognostizieren für das Jahr 2016 ein Wachstum der Werbeumsätze in der Online-Werbung von 7,6 Prozent bzw. 7,5 Prozent.¹⁴ Für die stationäre Online-Werbung erwartet PwC eine sukzessive Verlangsamung des Wachstums infolge einer zunehmenden Reife des Marktes. Hier wird mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 7,1 Prozent bis 2019 gerechnet. Das größere Wachstumspotenzial bietet die mobile Online-Werbung, deren durchschnittliches Wachstum PwC bis 2019 bei 20,8 Prozent einschätzt.¹⁵ Treiber dieses Wachstums sind die steigende Penetration internetfähiger Mobilfunkgeräte (Smartphones und Tablets), die damit verbundene Verlagerung der Mediennutzung und die zunehmend besseren Möglichkeiten der Monetarisierung. Wir schließen uns diesen Markteinschätzungen grundsätzlich an. Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung in den Bereichen Display-, Video- und Mobile-Werbung gehen wir davon aus, weitere Marktanteile hinzugewinnen zu können. Hierzu sollte auch unsere vor Kurzem erlangte Position als reichweitenstärkster Online-Vermarkter in Deutschland beitragen.

Entwicklung des türkischen Werbemarktes

Auch in der Türkei hängt die Umsatzentwicklung des Werbemarktes maßgeblich von den konjunkturellen Rahmenbedingungen ab. Folglich sollen die Umsätze im türkischen Werbemarkt im Jahr 2015 mit der Unterstützung durch das konjunkturelle Umfeld steigen, soweit die politischen Rahmenbedingungen stabil bleiben. Nach einer negativen Wachstumsrate von -3,0 Prozent (inflationsbereinigt) im Jahr 2015 erwartet ZenithOptimedia für 2016 eine Erholung der Werbemärkte mit einem Aufwärtstrend in den neutralen Bereich. Dies gilt gleichermaßen für den Markt der Online-Werbung sowie im Bereich Out-of-Home.¹⁶

Entwicklung des polnischen Werbemarktes

Die positiven Aussichten auf dem polnischen Werbemarkt werden getragen von den konjunkturellen Wachstumsaussichten. Nach mehreren Jahren der Rückgänge konnte Polen die positive Entwicklung seit 2014 fortsetzen. Hieraus resultierte eine Wachstumsrate der gesamten Werbeausgaben in Höhe von 2,8 Prozent. Für 2016 erwartet ZenithOptimedia sogar eine Wachstumsrate von 3,2 Prozent. Das Wachstum beruht größtenteils auf dem stark im Vormarsch befindlichen Bereich der Online-Werbung, der nach Einschätzung von ZenithOptimedia zweistellig wachsen wird. Im Bereich der Out-of-Home-Werbung werden stagnierende bis leicht sinkende Werbeumsätze erwartet.¹⁷ Auch wir gehen von steigenden Umsätzen im Gesamtwerbemarkt und einem im Wesentlichen unveränderten Marktumfeld im Bereich der Out-of-Home-Werbung aus.

¹⁴ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2015

¹⁵ Quelle: PricewaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Online Werbung, 2015-2019

¹⁶ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Turkey, Dezember 2015

¹⁷ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Poland, Dezember 2015

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Ströer Gruppe

In der Ströer Gruppe gehen wir für das Jahr 2016 von einem organischen Konzernumsatzwachstum im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich aus. Hierzu tragen neben starken Wachstumsimpulsen im Segment Ströer Digital und im Segment OOH-International vor allem auch robust steigende Umsätze im Segment Deutschland (Out-of-Home) bei. Die im Berichtsjahr sowie nach dem Abschlussstichtag getätigten Akquisitionen werden zusätzlich einen erheblichen positiven Gesamtjahres-Umsatzeffekt liefern.

Im Berichtsjahr haben wir die Verzahnung der Public Video-Infrastruktur (Digital-out-of-Home-Displays) mit den Online-Assets sowohl im Desktop- als auch im Mobile-Bereich weiter vertieft. Die erste Resonanz unserer Kunden auf diese neuartige Produktkombination im Bewegtbild-Sektor ist bemerkenswert positiv. Außerdem haben wir unser Digitalportfolio um zahlreiche wegweisende Akquisitionen erweitert. In Bezug auf die Vermarktung dieser Produktneuheit sowie das damit verbundene Wachstum der digitalen Medien im Jahr 2016 rechnen wir damit, den Anteil des Digitalumsatzes am Gesamtkonzernumsatz auf über 40 Prozent steigern zu können.

Die Erlöse in Polen und der Türkei sowie ein Teil der BlowUp Media und digitalen Werbeerlöse werden in Fremdwährungen generiert. Folglich sind diese Wechselkurseffekten ausgesetzt. Da die Entwicklung der Wechselkurse kaum prognostizierbar ist, kann dies die Umsatz- und Ergebnissituation in Konzernwährung positiv wie negativ beeinflussen. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir gegenüber dem Berichtsjahresende von nahezu konstanten Parametern aus.

Die direkten Werbeträgerkosten werden nach unserer Einschätzung im Jahr 2016 volumenbedingt leicht ansteigen. Die Steigerung sollte unterhalb des organischen Umsatzwachstums liegen, weil wir weitere Kosteneinsparungen und einen für die Marge vorteilhafteren Produktmix im Out-of-Home-Geschäft erwarten. Bei den Overhead-Kosten erwarten wir bezogen auf den Gesamtkonzern eine Steigerung leicht oberhalb des organischen Umsatzwachstums. Die geplanten Kostensteigerungen gehen – bei gleichzeitig striktem Kostenmanagement – im Wesentlichen auf die große Anzahl neu konsolidierter Unternehmen, inflationsbedingte Gehalts- und sonstige Kostenanpassungen, ferner auf die Stärkung der Strukturen im Bereich des regionalen Vertriebs in Deutschland und das deutlich steigende Geschäftsvolumen im Bereich Digital zurück.

Infolge der erwarteten Ausweitung des Geschäftsvolumens in Kombination mit einer moderaten Kostenentwicklung gehen wir – keine negativen Wechselkurseffekte vorausgesetzt – von einer Steigerung des Operational EBITDA auf 270 bis 280 Millionen Euro im Jahr 2016 aus. Insgesamt rechnen wir durch den im Verhältnis zum Umsatz unterproportionalen Kostenverlauf dennoch mit einer stabilen bis leicht verbesserten Operational EBITDA-Marge im Konzern. Die Finanzierungsaufwendungen des Konzerns sollten sich wegen des im Berichtsjahr erneut verringerten Financial Leverage, sowie aufgrund der ebenfalls im Berichtsjahr erfolgreich nachverhandelten Kreditkonditionen vorbehaltlich signifikanter M&A-Transaktionen im Jahr 2016 weiter verringern. Aufgrund steuereffizienter Strukturen erwarten wir eine effektive Steuerquote von zirka 20 Prozent. Angesichts des höher erwarteten Nachsteuer-Konzernergebnisses gehen wir von einer weiteren sichtbaren Erhöhung des Ergebnisses je Aktie im Verlauf des Jahres 2016 aus.

Segment OOH Deutschland

In Deutschland gehen wir optimistisch in das Jahr 2016. Die konjunkturellen Aussichten und die Konsumneigung sind positiv. Die Werbekonjunktur schließt sich dieser Stimmungslage nach unserer Einschätzung grundsätzlich an, wobei die Verfügbarkeit und Aufteilung der tatsächlichen Werbebudgets sowie die Rabattentwicklung nicht abschließend prognostiziert werden können. Hierfür sind auch die starken Umbrüche in der Medienlandschaft und die steigende Vielfalt von Werbeangeboten, insbesondere in digitalen Medienkanälen mit steigender Bedeutung der sozialen Netzwerke für die Werbeindustrie verantwortlich. In diesem Marktumfeld positionieren wir uns mit einem deutschlandweit einzigartigen Portfolio an attraktiven Out-of-Home- und digitalen Medien.

Im Segment OOH Deutschland erwarten wir einen organischen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich, der leicht über dem von ZenithOptimedia erwarteten Marktwachstum des Außenwerbemarktes von 3,0 Prozent¹⁸ liegen wird.

Kostenseitig gehen wir von umsatzbedingt höheren Pachtabgaben und von im Wesentlichen inflationsbedingt angepassten direkten Kosten aus. Aufgrund unseres vorteilhaften Produktmixes rechnen wir gleichzeitig mit Kostenreduzierungen. Vor allem der weitere Aufbau der regionalen Verkaufsorganisation dürfte sich in einer Steigerung der Overhead-Kosten oberhalb der Inflationsrate niederschlagen.

Im nächsten Jahr rechnen wir in Deutschland auf jeden Fall mit einer stabilen Operational EBITDA-Marge im Vergleich zum Vorjahr.

Segment OOH International

Das Segment OOH International besteht neben BlowUp Media aus unseren operativen Tätigkeiten in der Türkei und in Polen. In der Türkei ist eine unerwartete Verschärfung der geopolitischen Spannungen, die sich negativ auf das politische Umfeld auswirken, weiterhin möglich. In Polen beobachten wir trotz herausfordernder Bedingungen ein relativ stabiles Marktumfeld.

Diverse international anerkannte Reichweitenmesssysteme, sowie die konstante Weiterentwicklung des Produktportfolios sowie selektive Investitionen können die Umsatzentwicklung positiv beeinflussen.

Im Gegensatz zu den positiven Tendenzen in Polen rechnen wir in der Türkei weiterhin mit einem schwierigen Marktumfeld. Deshalb rechnen wir im Segment OOH International mit einer organischen Umsatzentwicklung im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

Die relativ konstante Umsatzentwicklung wird bei weiterhin gezieltem Kostenmanagement nach unserer Einschätzung zu einem leicht verbesserten Operational EBITDA sowie zu einem leichten Anstieg der Operational EBITDA-Marge im Jahr 2016 führen.

Segment Ströer Digital

Das Segment Ströer Digital profitiert stark von der Dynamik des Online-Werbemarktes, vorrangig in Deutschland. Im Umsatz des Jahres 2016 sehen wir zusätzlich zur positiven Geschäftsentwicklung auch Ganzjahreseffekte aus der Erstkonsolidierung von Neuakquisitionen im Berichtsjahr sowie in den Monaten nach dem Abschlussstichtag.

Ströer Digital steht nach AGOF-Zahlen mit 44 Millionen Unique Usern¹⁹ auf Platz 1 der Online-Vermarkter in Deutschland.²⁰ Die Sichtbarkeit von Ströer Digital dürfte bei Kunden wie Publishern durch das Ranking weiter steigen. Dadurch erhöhen wir auch im Jahr 2016 unsere Relevanz als Werbe- und Vermarktungspartner.

Wie bereits im letzten Jahr angekündigt erwarten wir uns auch in 2016 weitere Vermarktungserfolge aus der Verknüpfung von OOH und Digitalangeboten; dabei werden wir weiterhin Personal (Desktop, Tablets, Smartphones) und Public Screens (Out-of-Home-Displays) in einem neuartigen Multi-Screen-Angebot verzahnen.

Im Bereich der auf Performance ausgerichteten Digital-Produkte kommt dem technologischen Vorsprung immer größere Bedeutung für die Ausweitung des Geschäfts zu. So erwarten wir Umsatzimpulse für das Digitalgeschäft neben dem Erfolg unseres Performance Publishing auch aus der regionalen Suchmaschinen-Optimierung (SEO). Weiterhin werden wir unser gesamtes Portfolio im Sinne höherer Reichweite und verbesserter Vermarktungsmöglichkeiten um externe Wachstumsmöglichkeiten in 2016 ergänzen.

¹⁸ ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2015

¹⁹ Pro Monat

²⁰ Hochrechnung des Vermarkter-Rankings nach Zusammenführung der Angebote von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS auf Basis des AGOF-Rankings 08/2015 Digital Facts

Für das Segment Ströer Digital sind wir für das Jahr 2016 und die Folgejahre optimistisch. Für das Prognosejahr rechnen wir aufgrund der oben genannten Initiativen und Umsatzsynergien zwischen den erworbenen Einheiten mit einem organischen Umsatzwachstum um zehn Prozent. Das Umsatzwachstum wird nach unserer Erwartung insbesondere von höheren Ausgaben in den stark nachgefragten Bereichen Mobile und Video getragen sein. Neben der Hebung von Kostensynergien im Vermarktungsbereich gehen wir von weiteren Investitionen insbesondere in unserem Produktsegment „Transactional“ aus. Wir rechnen im Jahr 2016 insbesondere aufgrund von Investitionen in nachhaltiges Wachstum mit einer Operational EBITDA-Marge in Höhe von 25 bis 30 Prozent.

Geplante Investitionen

Unsere Investitionstätigkeit im Prognosezeitraum konzentriert sich auf den Neuaufbau und Austausch von Out-of-Home-Werbeträgern vornehmlich aufgrund der Verlängerung oder Neuakquisition von Werbenutzungsrechten im öffentlichen Raum. Wir erhalten, modernisieren und erweitern damit unsere Werbeinfrastruktur, die die Grundlage für die Vermarktung der Out-of-Home-Werbeflächen in nationalen und regionalen Netzen in unserem Tätigkeitsgebiet darstellt. Im Jahre 2016 stehen außerdem Investitionen für die weitere Digitalisierung des Außenwerbebereichs in Deutschland an. Wir planen außerdem die Umrüstung weiterer Beleuchtungssysteme in LED-Technologie, um den Energieverbrauch unserer Werbeträger weiter zu senken.

In unserem OOH International Segment sind in 2016 ähnliche Investitionen in Portfolioverbesserungen vorgesehen wie in 2015. Aufgrund der Nachfrage nach digitalen Werbemöglichkeiten im Großformat wird BlowUp Media seine Digitalstrategie fortsetzen und an ausgesuchten, hoch frequentierten Standorten in europäischen Städten weitere digitale Werbeträger installieren. Auf Gruppenebene arbeiten wir fortlaufend an der Weiterentwicklung unserer IT-Landschaft. Weiterhin sind Investitionen für Earn out und nachgelagerte Kaufpreiszahlungen in nicht erheblichem Umfang vorgesehen.

In der Ströer Gruppe erwarten wir für das Geschäftsjahr 2016 – ohne Berücksichtigung von M&A-Aktivitäten – Gesamtinvestitionen über 90 Millionen Euro. Ein erheblicher Teil der Investitionen ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass wir die Investitionssummen insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Markt- und Unternehmenslage bei Bedarf deutlich nach unten anpassen können.

Im Hinblick auf Investitionen für Unternehmenserwerbe (M&A) können wir prozessbedingt keine Prognose treffen. Wir prüfen laufend geeignete Akquisitionsmöglichkeiten unter dem Gesichtspunkt der nachhaltigen Wertsteigerung für das Unternehmen. Dabei halten wir aus heutiger Sicht weitere Konsolidierungsschritte im Bereich Digital sowie strategische Arrondierungen im Bereich Out-of-Home für möglich. Hinsichtlich bestehender Geschäftsbereiche prüfen wir regelmäßig verschiedene strategische Optionen, die auch M&A-Strategien einschließen können.

Erwartete Finanzlage

Die gegenüber dem Vorjahr erneut stärkere Ertragslage der Ströer Gruppe wird auch die Finanzlage nach unserer Erwartung weiter verbessern. Im Einzelnen sollte durch die verbesserte Ertragslage auch ein höherer Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit zu erwarten sein. Vor diesem Hintergrund und auf Basis der geplanten Investitionen in 2016, rechnen wir mit einem Free Cash-Flow vor M&A-Transaktionen von über 120 Millionen Euro. Durch den deutlichen Anstieg unseres bereinigten EBIT sollte unsere Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) trotz der T-Online Akquisition nahezu unverändert bleiben.

Die syndizierte Kreditfinanzierung des Ströer Konzerns ist nach der Refinanzierung im Berichtsjahr bis Mitte 2020 gesichert. Im Rahmen der Refinanzierung ist es uns gelungen, unsere Kreditkonditionen weiter zu verbessern. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet, dass auch unter Berücksichtigung von konjunkturellen und saisonalen Schwankungen ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Mit dem zum Ende des Berichtsjahres erreichten Verschuldungskoeffizienten (Leverage Ratio) von 1,1 liegen wir deutlich unter unserem Zielkorridor zwischen 2,0 und 2,5.

Wir sind unverändert der Auffassung, dass uns die bestehende Kreditfinanzierung ausreichenden Spielraum gibt, geplante Investitionen sowie zusätzlich sich bietende Geschäftschancen im Prognosezeitraum umzusetzen. Die Konditionen der Finanzierung werden von uns laufend an den aktuellen Entwicklungen der Fremdkapitalmärkte gemessen. Wirtschaftlich sinnvolle Chancen einer Konditionenanpassung werden wir bei Bedarf verfolgen.

NACHTRAGSBERICHT

B. A. B. MaxiPoster Werbetürme GmbH

Mit Wirkung zum 6. Januar 2016 hat Stöer sämtliche Anteile an der B. A. B. MaxiPoster Werbetürme GmbH, Hamburg, erworben. Die Gesellschaft ist auf dem Gebiet der Vermarktung großformatiger Poster- und Werbeflächen tätig. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beläuft sich auf etwa 7,4 Millionen Euro.

OMS Vermarktungs GmbH & Co.KG

Der Ströer Konzern hat mit Wirkung zum 19. Januar 2016 die OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Düsseldorf, sowie die zugehörige Komplementär-GmbH übernommen. Die OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG ist der führende Premiumvermarkter von hochwertigen redaktionellen Umfeldern regionaler Tageszeitungen und bietet Werbekunden die Ansprache attraktiver Zielgruppen mit Display-, Mobile-, Bewegtbild- und Crossmedia-Kampagnen über alle Screens. Im Gegenzug für die übernommenen Anteile wird die OMS-Online Marketing Service GmbH & Co. KG mit 10,0 Prozent der Anteile an der Ströer Digital Group GmbH beteiligt.

Statista GmbH

Schließlich hat die Stöer Gruppe mit Wirkung zum 1./2. Februar 2016 insgesamt 81,3 Prozent der Anteile an der Statista GmbH, Hamburg, übernommen. Die Statista GmbH ist ein führendes Daten- und Business Intelligence-Portal. Es ermöglicht seinen Kunden die Nutzung von deutlichen Effizienz- und Kostenvorteilen beim Auffinden von businessrelevanten Informationen – insbesondere in Form von Statistiken – auf einer einzigen, hochrelevanten Plattform. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt rund 64,7 Millionen Euro.

Formwechsel Ströer SE in Ströer SE & Co. KGaA

Am 1. März 2016 hat das Amtsgericht Köln die Umwandlung der Gesellschaft Ströer SE in Ströer SE & Co. KGaA in das Handelsregister eintragen. Gleichzeitig hat die Deutsche Börse AG die Kommanditaktien der Ströer SE & Co. KGaA zum Handel an der Frankfurter Börse zugelassen. Die Ströer SE & Co. KGaA ist nach dem Formwechsel im Handelsregister des Amtsgerichts Köln unter der Nummer HRB 86922 eingetragen.

ANGABEN GEMÄSS §315 HGB NEBST ERLÄUTERNDEN BERICHT DES VORSTANDS DER STRÖER SE

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Ströer SE wurde unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals am 2. November 2015 von 48.869.784,00 Euro um 6.412.715,00 EUR auf 55.282.499,00 EUR erhöht. Es ist in 55.282.499 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 21,42 Prozent und Dirk Ströer 21,80 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Des Weiteren hält die Deutsche Telekom AG, Bonn, insgesamt 11,60 Prozent der Anteile an der Ströer SE. 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 SE 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 SE enthalten.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 12.525.780,00 durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 neuen auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (SE) gemäß Umwandlungsplan vom 30. April 2014 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer Media AG noch vorhanden ist.

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 (Bedingtes Kapital 2010). Das Grundkapital der Ströer SE war 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 diente 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 hätten begeben werden können. Die Ermächtigung wurde nicht in Anspruch genommen.

Nach dem Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juli 2010 war der Vorstand der Ströer SE ermächtigt, eigene Aktien bis zu 10 Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung war bis zum 9. Juli 2015 befristet. Die Möglichkeit, eigene Aktien zu erwerben, wurde nicht in Anspruch genommen.

Ferner wurde das Grundkapital um bis zu EUR 3.176.400 durch Ausgabe von bis zu Stück 3.176.400 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 gewährt wurden, diese Rechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

Des Weiteren wurde das Grundkapital um bis zu EUR 2.123.445 durch Ausgabe von bis zu Stück 2.123.445 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Rechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

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

Facility Agreement

Zwischen der Ströer SE und einem Konsortium aus verschiedenen Banken und Finanzinstituten besteht ein Kreditvertrag (Facilities Agreement), auf dessen Grundlage das Konsortium an die Gesellschaft ein Darlehen von 200 Millionen Euro ausgereicht und eine Kreditlinie von 250 Millionen Euro eingeräumt hat. Durch dieses im Jahr 2014 neu abgeschlossene und im Jahr 2015 angepasste Facilities Agreement wurde ein bis dahin bestehendes Facilities Agreement aus dem Jahr 2012 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 Bedingungen zu kündigen.

Put Option

Einem nicht beherrschenden Gesellschafter der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. wurde im Jahr 2010 in Bezug auf seine Anteile an der türkischen Gesellschaft das Recht eingeräumt, diese im Fall eines Kontrollwechsels im Rahmen einer Put-Option der Ströer SE anzudienen.

STRÖER SE & CO. KGAA, KÖLN
(VORMALS STRÖER SE)

STRÖER

JAHRESABSCHLUSS UND BERICHT
ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNES 2016

Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE), Köln

Bilanz zum 31. Dezember 2016

AKTIVA	31.12.2016 EUR	31.12.2015 EUR
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	6.424.925,75	4.456.313,50
Geleistete Anzahlungen	6.403.558,89	4.821.989,75
	12.828.484,64	9.278.303,25
Sachanlagen		
Anderere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.662.505,41	3.857.119,48
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	114.433,16	111.230,55
	5.776.938,57	3.968.350,03
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	783.896.047,56	811.358.467,56
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	74.053.376,60	74.486.230,59
Beteiligungen	947.071,43	0,00
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.585.000,00	360.000,00
Sonstige Ausleihungen	50.000,00	0,00
	860.531.495,59	886.204.698,15
	879.136.918,80	899.451.351,43
UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	841.457,31	93.300,53
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	470.677.008,59	126.002.399,07
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	32.535,53	221,44
Sonstige Vermögensgegenstände	7.267.416,11	17.845.112,87
	478.818.417,54	143.941.033,91
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.813.346,94	1.050.276,86
	480.631.764,48	144.991.310,77
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	6.909.131,72	4.662.175,88
	1.366.677.815,00	1.049.104.838,08

PASSIVA	31.12.2016 EUR	31.12.2015 EUR
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	55.282.499,00	55.282.499,00
- Bedingtes Kapital : EUR 15.454.545,00 (Vorjahr: EUR 16.174.145,00)		
Kapitalrücklage	631.637.512,64	631.637.512,64
Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	95.039.275,39	96.597.268,72
Bilanzgewinn	66.489.744,27	67.139.755,97
	848.449.031,30	850.657.036,33
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	13.975,00	20.083,00
Steuerrückstellungen	20.303.643,00	11.214.922,34
Sonstige Rückstellungen	11.662.934,77	9.309.805,07
	31.980.552,77	20.544.810,41
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	360.373.939,39	64.485.285,35
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 5.373.939,39 (Vorjahr: EUR 4.485.285,35)		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 355.000.000,00 (Vorjahr: EUR 60.000.000,00)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.011.575,95	7.077.718,26
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 8.011.575,95 (Vorjahr: EUR 7.077.718,26)		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	116.962.941,41	90.362.157,89
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 116.962.941,41 (Vorjahr: EUR 90.362.157,89)		
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	5.500.000,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 5.500.000,00)		
Sonstige Verbindlichkeiten	899.774,18	1.307.038,16
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 899.774,18 (Vorjahr: EUR 1.307.038,16)		
- davon aus Steuern: EUR 885.275,41 (Vorjahr: EUR 293.501,91)		
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 3.081,09 (Vorjahr: EUR 2.147,43)		
	486.248.230,93	168.732.199,66
PASSIVE LATENTE STEUERN	0,00	9.170.791,68
	1.366.677.815,00	1.049.104.838,08

Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE), Köln

Gewinn- und Verlustrechnung für 2016

	2016 EUR	2015 EUR
Umsatzerlöse	19.724.854,04	0,00
Andere aktivierte Eigenleistungen	0,00	31.280,01
Sonstige betriebliche Erträge	2.611.332,65	19.754.790,91
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 1.014,86 (Vorjahr: EUR 763,29)		
Materialaufwand		
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-774.984,31	0,00
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-21.557.386,42	-20.874.034,72
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-2.823.857,62	-2.241.509,58
- davon für Altersversorgung: EUR 85.302,59 (Vorjahr: EUR 91.754,94)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-6.382.441,23	-7.863.343,30
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-23.034.209,25	-29.631.946,38
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR 5.867,17 (Vorjahr: EUR 11.884,72)		
Erträge aus Beteiligungen	694.710,62	889.656,32
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 694.710,62 (Vorjahr: EUR 889.656,32)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	152.535.702,09	93.722.042,03
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	3.592.174,71	1.394.972,06
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 3.559.501,78 (Vorjahr: EUR 1.387.040,23)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	202.723,10	16.322,02
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 69,94 (Vorjahr: EUR 53,72)		
- davon Erträge aus der Abzinsung EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 218,71)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-42.724.000,00	0,00
Aufwendungen aus Verlustübernahme	-30.498.189,54	-4.191.402,69
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-5.861.666,03	-3.278.963,39
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 245.032,61 (Vorjahr: EUR 23.533,73)		
- davon Aufwendungen aus der Aufzinsung: EUR 754,55 (Vorjahr: EUR 921,15)		
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-9.081.156,43	-561.174,78
- davon Ertrag aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern EUR 9.170.791,68 (Vorjahr: EUR 5.514.823,22)		
Ergebnis nach Steuern	36.623.606,38	47.166.688,51
Sonstige Steuern	-133.862,11	-26.932,54
Jahresüberschuss	36.489.744,27	47.139.755,97
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	20.000.000,00	20.000.000,00
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen	10.000.000,00	0,00
Bilanzgewinn	66.489.744,27	67.139.755,97

Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE), Köln

Anhang für 2016

A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE), Köln (im Folgenden „Ströer KGaA“), ist entstanden durch Umwandlung im Wege des Formwechsels der Ströer SE, Köln (Amtsgericht Köln HRB 82548), nach Maßgabe des Beschlusses der außerordentlichen Hauptversammlung vom 25. September 2015. Ihre Satzung datiert auf den 23. Juni 2016. Die Eintragung in das Handelsregister B des Amtsgerichts Köln erfolgte am 1. März 2016 unter HRB 86922.

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.

Änderungen ergeben sich insbesondere durch die erstmalige Anwendung der Regelungen des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) für das Geschäftsjahr 2016.

Die Vorjahreszahlen der Umsatzerlöse sind aufgrund der Neufassung von § 277 Abs. 1 HGB durch das BilRUG nicht vergleichbar. Unter Anwendung von § 277 Abs. 1 HGB in der Fassung des BilRUG hätten die Umsatzerlöse des Vorjahres TEUR 17.584 betragen, welche im Vorjahr komplett in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen waren.

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 – 5 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 per annum im Zugangsjahr und in den vier darauf folgenden Jahren abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultierten Abschreibungen in Höhe von TEUR 181 (Vj.: TEUR 111).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt. Unverzinsliche 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 4,01 Prozent (Vj.: 3,89 Prozent) gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Rentensteigerungen wurden unverändert mit 1,0 Prozent berücksichtigt.

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 (das heißt 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** aufgrund von temporären oder quasi-permanenten Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen, oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge, werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastung mit dem unternehmensindividuellen Steuersatz in Höhe von 32,45 Prozent im Zeitpunkt des Abbaus der Differenzen bewertet und nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet ausgewiesen. Die Aktivierung latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Auf **fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten** werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlusstichtag 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 Ströer KGaA 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	
	1.1.2016 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2016 EUR	1.1.2016 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2016 EUR	31.12.2016 EUR	31.12.2015 EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	10.423.695,80	3.495.862,66	466.350,43	640.148,17	14.093.356,20	5.967.382,30	2.166.670,15	465.622,00	7.668.430,45	6.424.925,75	4.456.313,50
Geleistete Anzahlungen	14.914.165,63	4.399.259,47	645,04	-640.148,17	18.672.631,89	10.092.175,88	2.176.897,12	0,00	12.269.073,00	6.403.558,89	4.821.989,75
	25.337.861,43	7.895.122,13	466.995,47	0,00	32.765.988,09	16.059.558,18	4.343.567,27	465.622,00	19.937.503,45	12.828.484,64	9.278.303,25
SACHANLAGEN											
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.201.042,73	3.781.857,32	923.768,20	62.402,57	13.121.534,42	6.343.923,25	2.038.873,96	923.768,20	7.459.029,01	5.662.505,41	3.857.119,48
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	111.230,55	65.605,18	0,00	-62.402,57	114.433,16	0,00	0,00	0,00	0,00	114.433,16	111.230,55
	10.312.273,28	3.847.462,50	923.768,20	0,00	13.235.967,58	6.343.923,25	2.038.873,96	923.768,20	7.459.029,01	5.776.938,57	3.968.350,03
FINANZANLAGEN											
Anteile an verbundenen Unternehmen	811.358.467,56	100.230,00	818.650,00	0,00	810.640.047,56	0,00	26.744.000,00	0,00	26.744.000,00	783.896.047,56	811.358.467,56
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	74.486.230,59	152.525.784,01	136.978.638,00	0,00	90.033.376,60	0,00	15.980.000,00	0,00	15.980.000,00	74.053.376,60	74.486.230,59
Beteiligungen	0,00	947.071,43	0,00	0,00	947.071,43	0,00	0,00	0,00	0,00	947.071,43	0,00
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	360.000,00	2.685.000,00	1.460.000,00	0,00	1.585.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.585.000,00	360.000,00
Sonstige Ausleihungen	0,00	50.000,00	0,00	0,00	50.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50.000,00	0,00
	886.204.698,15	156.308.085,44	139.257.288,00	0,00	903.255.495,59	0,00	42.724.000,00	0,00	42.724.000,00	860.531.495,59	886.204.698,15
	921.854.832,86	168.050.670,07	140.648.051,67	0,00	949.257.451,26	22.403.481,43	49.106.441,23	1.389.390,20	70.120.532,46	879.136.918,80	899.451.351,43

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. Auf die geleisteten Anzahlungen erfolgte eine Abschreibung in Höhe von TEUR 2.177 aufgrund eingeschränkter künftiger Nutzbarkeit.

b) Finanzanlagen

Die Ströer KGaA hält eine Beteiligung von 90 Prozent an der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei. Vor dem Hintergrund der angespannten politischen Lage und der Terroranschläge in der Türkei, in deren Folge sowohl die türkische Lira als auch der türkische Werbemarkt erheblich unter Druck geraten sind, hat die Ströer KGaA ihren Beteiligungsbuchwert an ihrer türkischen Tochtergesellschaft im Jahr 2016 anteilig um insgesamt TEUR 26.744 sowie die an sie gewährte Ausleihung in vollem Umfang um TEUR 13.000 abgewertet.

Darüberhinaus wurden weitere außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von TEUR 2.980 auf konzerninterne Darlehen vorgenommen.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2016	31.12.2015
	TEUR	TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	841	93
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	470.677	126.002
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	33	0
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	7.267	17.846
davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	456	477
	478.818	143.941

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 120.894 (Vj.: TEUR 92.701) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln (im Folgenden kurz „SMD“), sowie aus den seit dem 1. Januar 2016 bestehenden Ergebnisabführungsverträgen mit der Ströer Digital Publishing GmbH, Köln (vormals: Digital Media Products GmbH; im Folgenden kurz „SDP“), in Höhe von TEUR 28.407 und mit der BlowUP Media GmbH, Köln (im Folgenden kurz „BUM“), in Höhe von TEUR 3.234. Ebenso bestehen in Höhe von TEUR 12.500 (Vj.: TEUR 3.603) Forderungen aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr sowie aus kurzfristig gewährten Darlehen gegenüber der Ströer Digital International GmbH in Höhe von TEUR 760 (Vj.: TEUR 760) und der RZV Digital Medya ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul/Türkei, in Höhe von TEUR 220 (Vj.: TEUR 220). Des Weiteren bestehen Forderungen aus dem Cash-Pooling mit der SMD in Höhe von TEUR 120.708 (Vj.: Verbindlichkeit TEUR 45.225) sowie der Ströer Content Group GmbH, Köln (im Folgenden kurz „SCG“), in Höhe von TEUR 73.450 (Vj.: TEUR 23.174), der Ströer Digital Group GmbH, Köln (im Folgenden kurz „SDG“), in Höhe von TEUR 8.157 (Vj.: TEUR 3.245) und aus den im Geschäftsjahr neu geschlossenen Cash-Pooling-Verträgen mit der Ströer Venture GmbH, Köln (im Folgenden kurz „SVE“), in Höhe von TEUR 101.898 bzw. mit der BUM in Höhe von TEUR 448.

3. Eigenkapital

a) Gezeichnetes Kapital

Das bei der Umwandlung der Gesellschaft in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien zum 1. März 2016 vorhandene gezeichnete Kapital in Höhe von EUR 55.282.499 wurde durch Formwechsel des Rechtsträgers bisheriger Rechtsform, der Ströer SE mit Sitz in Köln (HRB 82548), erbracht.

Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 55.282.499 voll eingezahlte auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von EUR 1.

Die nachfolgenden Angaben sind im Wesentlichen der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA entnommen.

Genehmigtes Kapital 2014

Das Genehmigte Kapital 2014 wurde mit Beschluss der Hauptversammlung vom 18. Juni 2014 in Höhe von EUR 18.938.495 geschaffen. Nachdem das Genehmigte Kapital 2014 am 2. November 2015 teilweise in Höhe von EUR 6.412.715 im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage ausgeübt wurde, beträgt das Genehmigte Kapital 2014 noch EUR 12.525.780.

Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu EUR 12.525.780,00 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig Euro) durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig) neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch vorhanden ist.

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. Die persönlich haftende Gesellschafterin ist jedoch ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre mit Zustimmung des Aufsichtsrats für eine oder mehrere Kapitalerhöhungen im Rahmen des Genehmigten Kapitals 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 Ausgabebetrages 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 18. Juni 2014 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 18. Juni 2014 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 Aktienaussgabe entscheidet die persönlich haftende Gesellschafterin mit Zustimmung des Aufsichtsrats.

Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, nach vollständiger oder teilweiser Durchführung der Erhöhung des Grundkapitals aus dem Genehmigten Kapital oder nach Ablauf der Ermächtigungsfrist vorzunehmen.

Bedingtes Kapital 2010

Das bedingte Kapital 2010 in Höhe von EUR 11.776.000,00 ist im Geschäftsjahr 2016 ausgelaufen.

Bedingtes Kapital 2013

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 2.274.700,00 durch Ausgabe von bis zu 2.274.700 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6A Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 und unter Berücksichtigung des Umwandlungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an am Gewinn teil, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist. Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der persönlich haftenden Gesellschafterin ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2013 zu ändern.

Bedingtes Kapital 2015

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 2.123.445,00 durch Ausgabe von bis zu Stück 2.123.445 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß

§ 6B Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt. Die neuen Aktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an am Gewinn teil, für das zum Zeitpunkt der Ausgabe der neuen Aktien noch kein Beschluss der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst worden ist.

Die persönlich haftende Gesellschafterin wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzulegen, es sei denn, es sollen Aktienoptionsrechte und Aktien an Mitglieder des Vorstands der persönlich haftenden Gesellschafterin ausgegeben werden; in diesem Fall legt der Aufsichtsrat die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung fest. Der Aufsichtsrat wird ermächtigt, die Fassung der Satzung entsprechend dem Umfang der Kapitalerhöhung aus dem Bedingten Kapital 2015 zu ändern.

Bedingtes Kapital 2016

Das Grundkapital der Gesellschaft wird um bis zu EUR 11.056.400,00 durch Ausgabe von bis zu 11.056.400 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). 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 23. Juni 2016 unter Tagesordnungspunkt 12 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder von einem Beteiligungsunternehmen gegen Barleistung begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. 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 Nutzung 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. Wandlungsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Die persönlich haftende Gesellschafterin wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

b) Kapitalrücklage

Die Gesellschaft verfügt zum Bilanzstichtag über eine Kapitalrücklage in Höhe von TEUR 631.638 (davon TEUR 597.187 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB und TEUR 34.451 gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB), die 10 Prozent des gezeichneten Kapitals übersteigt.

c) Gewinnrücklagen

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 23. Juni 2016 wurden TEUR 8.442 aus dem Bilanzgewinn 2015 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

d) Bilanzgewinn

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 23. Juni 2016 wurden TEUR 38.698 (EUR 0,70 je dividendenberechtigter Stückaktie) als Dividende ausgeschüttet und TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2015 auf neue Rechnung vorgetragen.

4. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Der Unterschiedsbetrag nach § 253 Abs. 6 HGB beträgt EUR 53.

5. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Personalarückstellungen	8.307
Ausstehende Rechnungen	2.974
Abschluss- und Prüfungskosten	381
Übrige	1
Summe	11.663

6. 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	360.374 (Vj.: 64.485)	5.374 (Vj.: 4.485)	127.000 (Vj.: 60.000)	228.000 (Vj.: 0)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.011 (Vj.: 7.078)	8.011 (Vj.: 7.078)	0 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	116.963 (Vj.: 90.362)	116.963 (Vj.: 90.362)	0 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0 (Vj.: 5.500)	0 (Vj.: 5.500)	0 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
Sonstige Verbindlichkeiten	900 (Vj.: 1.307)	900 (Vj.: 1.307)	0 (Vj.: 0)	0 (Vj.: 0)
	486.248 (Vj.: 168.732)	131.248 (Vj.: 108.732)	127.000 (Vj.: 60.000)	228.000 (Vj.: 0)

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 64.207 (Vj.: TEUR 45.225) aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des Ströer Konzerns sowie aus einem von der Interactive Media CCSP GmbH, Darmstadt (im Folgenden kurz „IAM“), in Höhe von TEUR 6.000 (Vj.: TEUR 17.000) gewährten kurzfristigen Darlehen. Außerdem wurden im Geschäftsjahr erstmalig kurzfristige Darlehen von der Permodo GmbH, München (TEUR 5.000), der StayFriends GmbH, Erlangen (TEUR 5.000), der Statista GmbH, Hamburg (TEUR 3.500) sowie der Business Advertising GmbH, Düsseldorf (TEUR 800), gewährt. Des Weiteren beinhalten sie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.957 (Vj.: TEUR 9.796). Zudem enthalten sie die Verbindlichkeit aus den Ergebnisabführungsverträgen mit der SDG in Höhe von TEUR 20.005 (Vj.: TEUR 4.191) sowie der Ströer Digital International GmbH, Köln, in Höhe von TEUR 5.512 (Vj.: TEUR 0), der SCG in Höhe von TEUR 3.482 (Vj.: Forderung TEUR 1.021), und aus den in 2016 neu geschlossenen Ergebnisabführungsverträgen mit der SVE in Höhe von TEUR 1.494 bzw. der Ströer Sales Group GmbH, Köln, in Höhe von TEUR 4.

7. Latente Steuern

Latente Steuern auf Ebene der Ströer KGaA (steuerlicher Organträger) werden mit einem Steuersatz von 32,45 Prozent (Vj.: 32,45 Prozent) berechnet. Dieser setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent, dem Solidaritätszuschlag auf die Körperschaftsteuer von 5,5 Prozent (insgesamt 15,82 Prozent) und einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 16,625 Prozent.

Die latenten Steuern resultieren unverändert aus der steuerlichen Zusammenfassung der Besteuerungsgrundlagen der Organgesellschaften auf Ebene des Organträgers Ströer KGaA.

Im Jahr 2016 ergibt sich insgesamt ein Überhang an aktiven latenten Steuern in Höhe von TEUR 7.127. Das Aktivierungswahlrecht nach § 274 des Handelsgesetzbuches wird nicht ausgeübt.

Die aktiven latenten Steuern resultieren im Wesentlichen aus der abweichenden Behandlung eines Geschäfts- und Firmenwertes sowie aus der steuerlich abweichenden Bilanzierung von Rückstellungen zum 31. Dezember 2016.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich im Wesentlichen aus den temporären Differenzen in Bezug auf die Beteiligungen. Die passiven latenten Steuern werden mit aktiven latenten Steuern insoweit saldiert.

Einzelheiten zu den latenten Steuern und zur Saldierung derer ergeben sich aus der folgenden Tabelle:

In TEUR	31.12.2016		31.12.2015		Veränderung	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögensgegenstände	7.061	0	336	2.259	6.725	-2.259
Sachanlagen	0	0	0	126	0	-126
Finanzanlagen	110	2.623	0	8.584	110	-5.961
Forderungen	0	34	0	0	0	34
Pensionsrückstellungen	1.333	0	986	0	347	0
Sonstige Rückstellungen	3.027	1.747	2.256	1.780	771	-33
Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0
Latente Steuern	11.532	4.404	3.578	12.749	7.953	-8.346
Zinsvorräte	0	0	0	0	0	0
Verlustvorräte	0	0	0	0	0	0
Gesamt	11.532	4.404	3.578	12.749	7.953	-8.346
Saldierung	-4.404	-4.404	-3.578	-3.578	-825	-825
Nichtausübung des Aktivierungswahlrecht	-7.127	0	0	0	-7.127	0
Bilanzansatz	0	0	0	9.171	0	-9.171

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2016 belaufen sich auf TEUR 19.725 und werden im Inland erzielt. Sie resultieren im Wesentlichen aus kaufmännischen und IT-technischen Serviceleistungen für Tochtergesellschaften im Ströer Konzern (TEUR 18.938) sowie aus Mieterträgen (TEUR 787).

2. Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 19 aus Kostenerstattungen für 2015 enthalten.

Außergewöhnliche Erträge in Höhe von TEUR 100 resultieren aus Kompensationszahlungen im Rahmen eines außergerichtlichen Vergleichs.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 354 für in 2016 abgerechnete und in den Jahren 2014 bzw. 2015 erhaltene Leistungen.

Weiterhin sind außerordentliche Aufwendungen in Höhe von TEUR 134 (Vorjahr: TEUR 664) für Kosten der Umwandlung der Gesellschaft in eine KGaA enthalten.

Im Geschäftsjahr sind zudem außergewöhnliche Aufwendungen für Rechts- und Beratungskosten im Rahmen von Akquisitionen in Höhe von TEUR 1.682, Messekosten in Höhe von TEUR 498 sowie Migrationsaufwendungen im Zusammenhang mit der Integration der SDP und der IAM in Höhe von TEUR 313 angefallen.

4. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

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

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind Beträge in Höhe von TEUR 230 für Körperschaftsteuer bzw. TEUR 592 für Gewerbesteuer enthalten, die Vorjahre betreffen.

E. Sonstige Angaben

1. Kapitalflussrechnung

	2016 TEUR	2015 TEUR
1. Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis	36.490	47.140
Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	49.106	7.863
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	11.608	6.220
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	-131.274	-95.495
Gewinn (-) / Verlust (+) aus Anlageabgängen	1	-28
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	99.619	39.153
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-13.654	12.649
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	51.896	17.502
2. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	-1	48
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-3.847	-2.360
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	1	0
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-7.895	-4.902
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	30.811	45.606
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-76.316	-71.643
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-57.247	-33.251
3. Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit		
Dividenden (-)	-38.698	-19.548
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	-236.771	-23.856
Einzahlung (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	545.201	128.818
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	-263.618	-82.990
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	6.114	2.424
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 – 3)	763	-13.325
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	1.050	14.375
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	1.813	1.050
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	1.813	1.050
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	1.813	1.050

2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

a) Haftungsverhältnisse

Im Zusammenhang mit dem Erwerb der Ströer DERG Media GmbH, Kassel, hat die Ströer KGaA 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.

Im Rahmen des am 18. Dezember 2015 zwischen der Telekom Deutschland GmbH, Bonn, und der DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main (im Folgenden „DSM“), geschlossenen Geschäftsbesorgungsvertrags zum Stadtvertrag Bremen hat die Ströer KGaA eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 5.850 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2025.

Für den mit der Deko Immobilien Investment GmbH, Frankfurt am Main, geschlossenen Mietvertrag zum 1. Juli 2015 für das Gebäude in der Torstraße 49 in Berlin hat die Ströer KGaA eine unbefristete Bürgschaft für die Mieterin STRÖER media brands AG, Berlin, in Höhe von TEUR 107 übernommen.

Im Zuge des zwischen der Stadt Ravensburg und der DSM am 23. Mai 2015 geschlossenen Vertrags über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen der Stadt Ravensburg hat die Ströer KGaA eine Bürgschaft in Höhe von TEUR 300 übernommen, welche befristet ist bis zum 31. Dezember 2024.

Im Hinblick auf eine zwischen der SEM Internet Reklam Hiz. Ve Dan. A.S., Istanbul/Türkei, und der Facebook Ireland Ltd., Dublin/Irland, im Januar 2014 geschlossenen Vereinbarung hat die Ströer KGaA am 19. August 2015 eine unbefristete Bürgschaft in Höhe von TUSD 500 übernommen.

Im Rahmen des Verkaufs der Anteile an der ADselect GmbH, Duisburg, vom 22. Mai 2015 durch Herrn Martin Reichardt (Verkäufer) hat die Ströer KGaA für die Verpflichtung zur Zahlung des Kaufpreises durch die Business Advertising GmbH, Düsseldorf, eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von TEUR 480 übernommen, welche mit Zahlung der letzten Kaufpreisrate am 28. Februar 2017 erlischt.

Die Ströer KGaA hat am 20. Dezember 2016 Patronatserklärungen zugunsten der Statista GmbH, der Ströer Digital Commerce GmbH, der Ströer SSP GmbH, München (vormals: adscale GmbH), und der IAM abgegeben. Darin verpflichtet sich die Ströer KGaA, dafür zu sorgen, dass die vorgenannten Gesellschaften ihren finanziellen Verpflichtungen aus dem Betrieb ihres Geschäfts nachkommen können. Die Patronatserklärungen sind jeweils befristet bis zum 31. Dezember 2017.

Aus den vorgenannten Bürgschaften und Patronatserklärungen schätzen wir das Risiko einer Inanspruchnahme derzeit als gering ein.

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

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 25.187 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 0 und gegenüber assoziierten Unternehmen TEUR 11.035). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

■ bis zu einem Jahr:	TEUR	2.035
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	7.369
■ größer 5 Jahre:	TEUR	984

Die Leasingraten betreffen vorwiegend das genutzte Verwaltungsgebäude der Gesellschaft in Köln. Der Zweck des Geschäfts liegt in der Vermeidung eines Mittelabflusses und einer Finanzierung, die im Falle eines Gebäudeerwerbs angefallen wären. 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	1.626
■	1 – 5 Jahre:	TEUR	7.515
■	größer 5 Jahre:	TEUR	5.658

Für Lieferungen von Werbeträgern in 2017 durch die UAB BaltLED, Vilnius/Lithauen, und die Programm Contractors Ltd., Kowloon/Hong Kong, hat die Ströer KGaA in 2016 zwei sogenannte „Letter of Intent“ unterzeichnet. Die Höhe beträgt insgesamt TEUR 608.

c) Finanzinstrumente im Sinne des § 285 Nr. 15a HGB

Es bestehen Verpflichtungen aus gewährten Put-Optionen an nicht beherrschende Gesellschafter, deren Ausübungsbedingungen zum 31. Dezember 2016 nicht erfüllt waren. Der theoretische Wert der aus diesen Optionen resultierenden potentiellen Verbindlichkeiten beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 5.611. Eine Aussage zu den Zahlungszeitpunkten ist nicht möglich, da die Ströer KGaA keine Kontrolle über den genauen Zeitpunkt der Ausübung durch die Optionsinhaber hat. Es sind jedoch alle Optionsvereinbarungen so ausgestaltet, dass der jeweilige Abfluss liquider Mittel die Finanzlage der Gesellschaft nicht wesentlich beeinflussen wird.

3. Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Es wurden folgende wesentliche 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	1.156	160
Erbringung von sonstigen Leistungen	568	34
Bezug von sonstigen Leistungen	1.193	1.115
Verlustübernahme aus Ergebnisabführungsverträgen	20.005	0
Gewährung Darlehen	8.992	2.685
Rückzahlung gewährter Darlehen	750	1.460
Erhaltene Darlehen	26.000	6.000
Rückzahlung erhaltener Darlehen	33.500	11.500

Die sonstigen nahe stehenden Unternehmen und Personen umfassen Unternehmen, die nicht zu 100 Prozent in den Konzernabschluss der Ströer KGaA einbezogen werden und Gesellschaften, an denen Personen mit einer Ströer KGaA-Organfunktion beteiligt sind. Des Weiteren sind darin Unternehmen enthalten, die einen maßgeblichen Einfluss auf die Ströer KGaA ausüben, sowie Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen.

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

Darüber hinaus erbringt die Gesellschaft sonstige Leistungen durch Ausleihungen an Tochterunternehmen, wofür Zinsen vereinnahmt werden (TEUR 525).

Bei dem Bezug von sonstigen Leistungen handelt es sich im Wesentlichen um Aufwendungen für Weiterberechnungen von Tochtergesellschaften.

Hinsichtlich der weiteren Geschäfte mit Vorstand und Aufsichtsrat verweisen wir auf unsere Erläuterungen unter E.5.

4. 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.

5. Vorstand und Aufsichtsrat

Die Zusammensetzung des Vorstands der persönlich haftenden Gesellschafterin Ströer Management SE, Düsseldorf, (im Folgenden „Vorstand“) und des Aufsichtsrats der Ströer KGaA 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
Vorstand		
Udo Müller (Vorsitzender)	Ströer media brands AG, Berlin TARTECH eco industries AG, Berlin	
Christian Schmalzl	STRÖER media brands AG, Berlin	Internet Billboard a.s., Ostrau / Tschechien
Dr. Bernd Metzner	Döhler GmbH, Darmstadt	Anavex Life Sciences Corp., New York / USA
Aufsichtsrat		
Christoph Vilanek Vorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (Vorsitzender)	eXaring AG, München gamigo AG, Hamburg MEDIA BROADCAST GmbH, Köln Netzpiloten AG, Hamburg mobilcom-debitel GmbH, Büdelsdorf Ströer Management SE, Düsseldorf	Sunrise Communications Group AG, Zürich / Schweiz

Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln (stellvertretender Vorsitzender) (seit 1. März 2016)	Ströer Management SE, Düsseldorf	
Ulrich Voigt Mitglied des Vorstands der Sparkasse KölnBonn	Ströer Management SE, Düsseldorf	Finanz Informatik GmbH & Co. KG, Frankfurt modernes Köln GmbH, Köln
Anette Bronder Geschäftsführerin der T-Systems International GmbH GmbH, Frankfurt (seit 5. April 2016)	elumeo SE, Berlin	Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH, Kaiserslautern
Martin Diederichs Rechtsanwalt (vom 1. bis 10. März 2016)	Ströer Management SE, Düsseldorf	DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Julia Flemmerer Geschäftsführerin der Famosa Real Estate S.L., Ibiza / Spanien (seit 1. März 2016)		
Michael Remagen Steuerberater (vom 1. bis 9. März 2016)		
Vicente Vento Bosch Geschäftsführer der Deutsche Telekom Capital Partners Management GmbH, Hamburg Geschäftsführer der Deutsche Telekom Capital Partners Fund GmbH, Hamburg (vom 12. November 2015 bis 29. Februar 2016 / seit 5. April 2016)	Immobilien Scout GmbH, Berlin STRATO AG, Berlin Ströer Management SE, Düsseldorf	Deutsche Telekom Strategic Invest- ments GmbH, Bonn Deutsche Telekom Venture Funds GmbH, Bonn Interactive Media CCSP GmbH, Darmstadt Telekom Innovation Pool GmbH, Bonn

Die Herren Müller, Dr. Metzner und Schmalzl übten ihre Vorstandstätigkeit hauptberuflich aus.

Die Leistungen aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats (ohne aktienbasierte Vergütung) für die Jahre 2016 und 2015 betragen:

	2016	2015
Vorstand	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	3.485	4.382
Andere langfristig fällige Leistungen	1.895	1.865
	5.380	6.247

	2016	2015
Aufsichtsrat	TEUR	TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	222	151
	222	151

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile – ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile –, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte Vergütung (ohne Aktienoptionsprogramm) wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer KGaA 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 (sogenannte Vergütung mit Barausgleich bzw. „cash-settled“). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert zu jedem Stichtag die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black Scholes Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2016 eine Volatilität von 36 Prozent und ein Dividend-Yield von 1 Prozent eingeflossen sind. Der für das Modell verwendete Zinssatz beträgt 0,04 Prozent.

Für die auf das Jahr 2016 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 100 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2016 gewährten 4.312 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von EUR 38,81.

Von allen langfristig fälligen Leistungen (sogenannte LTI) werden TEUR 1.574 in 2017 zur Auszahlung fällig.

Aktienoptionsprogramm:

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms (AOP 2013) hat der Vorstand insgesamt 1.954.700 Optionen gewährt bekommen. In 2015 wurde ein weiteres Aktienoptionsprogramm (AOP 2015) beschlossen; hieraus hat der Vorstand 350.000 Optionen gewährt bekommen.

Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren. Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an ein operatives Mindest-EBITDA im Konzern von EUR 150 Millionen (AOP 2013) bzw. EUR 250 Millionen (AOP 2015) geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Der beizulegende Zeitwert der gewährten Aktienoptionen wird zum Zeitpunkt der Gewährung unter Anwendung eines Black Scholes Modells und unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die Aktienoptionen gewährt wurden, ermittelt.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der gewährten Optionen aus dem AOP 2015 beträgt EUR 12,70. Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert aller im Rahmen des „Aktienoptionsprogramms 2013“ gewährten Optionen beträgt EUR 2,14.

Zum 31. Dezember 2016 sind für alle gegebenenfalls zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 6.991 (Vj.: TEUR 6.289) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 1.736 (Vj.: TEUR 1.790) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

6. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2016 wurden im Durchschnitt 286 (Vj.: 242) Angestellte beschäftigt.

7. 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, sowie die Angaben gemäß § 285 Nr. 11b HGB zu Beteiligungen an großen Kapitalgesellschaften, die fünf Prozent der Stimmrechte überschreiten:

	Anteile am Kapital 31.12.2016 vH	Eigenkapital am 31.12.2016 TEUR	Jahres- ergebnis 2016 TEUR
Direkte Beteiligungen			
blowUP Media GmbH, Köln	100	953	*3.234
eValue 2nd Fund GmbH, Berlin	33,3	2.565	-151
Ströer Content Group GmbH, Köln	100	25	*-3.482
Ströer Digital Commerce GmbH, Köln	100	-1.741	-1.766
Ströer Digital International GmbH, Köln	100	10.343	*-5.512
Ströer Digital Publishing GmbH, Köln (vormals Digital Media Products GmbH, Darmstadt)	100	111.982	*28.407
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul / Türkei	90	47.800	-9.972
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100	121.245	*120.894
Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau / Polen	100	17.374	-860
Ströer Sales Group GmbH, Köln	100	25	*-4
Ströer Venture GmbH, Köln	100	-33	*-1.494
Indirekte Beteiligungen			
4EVER YOUNG GmbH, Unterföhring	75	816	791
Adscale Laboratories Ltd., Christchurch / Neuseeland	100	406	167
AD-Vice Sp. z.o.o., Warschau / Polen	100	297	84
Ahuhu GmbH, Unterföhring	70	181	156
ApDG Handels- und Dienstleistungsgesellschaft mbH, Ulm	100	1.187	8
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50	61	85
Asam GmbH, Beilngries	51	80	54
Asam GmbH & Co. Betriebs-KG, Beilngries	100	8.510	4.501
ASAMBEAUTY GmbH, Unterföhring	100	450	425
B.A.B. Maxiposter Werbetürme GmbH, Hamburg	100	2.828	35
BHI Beauty & Health Investment Group Management GmbH, Unterföhring	51	32.459	984
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen / Belgien	80	546	-82
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam / Niederlande	100	1.573	924
blowUP Media Espana S.A., Madrid / Spanien	100	-1.051	-14
blowUP Media U.K. Ltd., London / Großbritannien	100	2.209	2.182
Boojum Kft., Budapest / Ungarn	60	123	101
Business Advertising GmbH, Düsseldorf	71,2	930	190
Conexus AS, Drammen / Norwegen	54,83	5.896	578
Conexus Norge AS, Drammen / Norwegen	100	1.116	-781
Content Fleet GmbH, Hamburg	92,52	-2.703	-1.730
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100	50	*865
DSM Decaux GmbH, München	50	10.742	9.184
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100	12.611	*24.155
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51	1.636	167
DSM Rechtesgesellschaft mbH, Köln	100	25	*101.257
DSM Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	31.226	400
DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main	100	1.453	*1.438
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	75,1	4.929	4.740
Erdbeerlounge GmbH, Köln	100	-928	-96
European Web Video Academy GmbH, Düsseldorf	50,1	-559	-629
evidero GmbH, Köln	65	-748	-377
FaceAdNet GmbH, Berlin	52	1.461	1.436
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg	100	394	337
Foodist GmbH, Hamburg	100	-542	-1.742
Graceland SP. z o.o., Warschau / Polen	100	1	0
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,1	2.699	851

	Anteile am Kapital 31.12.2016 vH	Eigenkapital am 31.12.2016 TEUR	Jahres- ergebnis 2016 TEUR
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul / Türkei	96	12	-36
iBillBoard Poland Sp. z.o.o, Warschau / Polen	100	127	72
INFOSCREEN GmbH, Köln	100	8.227	*41.247
InnoBeauty GmbH, Unterföhring	100	200	175
Instytut Badań Outdooru IBO SP. z o.o., Warschau / Polen	40	-199	-89
InteractiveMedia CCSP GmbH, Darmstadt	100	100.334	3.753
Internet BillBoard a.s., Ostrau / Tschechien	90	1.707	503
INTREN Informatikai Tanacsado es Szolgaltato Kft., Budapest / Ungarn	50,89	641	296
kajomi GmbH, Planegg	51	314**	161**
Kinolo GmbH, München	100	-38	-29
Klassenfreunde.ch GmbH, Bern / Schweiz	100	832	105
Klassträffen Sweden AB, Stockholm / Schweden	100	469	64
Klitschko Performance GmbH, München (in Liquidation)	50	-3	53
Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri Anonim Sti., Istanbul / Türkei	100	114	-5
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen, Hamburg	51	338	263
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul / Türkei	100	-215	-202
M.Asam GmbH, Unterföhring	100	7.991	7.966
MBR Targeting GmbH, Berlin	100	-5.044	-1.478
Media-DirektSERVICE GmbH, Köln	25,1	-1.046	-1.071
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GmbH - GbR, Köln	50	92	92
MT Mobile Ticketing GmbH, Berlin	100	319	214
MT Mobile Ticketing j.d.o.o., Zagreb / Kroatien	100	12	2
mYouTime AS, Drammen	64,25	-203	-78
Nachsendeauftrag DE Online GmbH, Berlin	60	52	33
Omnea GmbH, Berlin	80	-3.097	-2.133
OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, Düsseldorf	100	0	0
OMS Vermarktungs-Beteiligungsgesellschaft mbH, Düsseldorf	100	34	1
OnlineFussballManager GmbH, Köln	50,1	-623	-95
OSD Holding Pte. Ltd., Singapur / Singapur	36,46	1.132	201
Permodo GmbH, München (vormals Permodo International GmbH, München)	51	5.955	7.079
RegioHelden GmbH, Stuttgart	90	-9.824	-6.029
RZV Digital Medya ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul / Türkei	100	-6.231	-3.453
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S., Istanbul / Türkei	100	1.727	433
SF Beteiligungs GmbH, Köln	75,4	2.027	-4
SMD Rechtesgesellschaft GmbH, Köln	100	25	*45.883
SMD Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	9.785	154
Social Media Interactive GmbH, München	58,8	-642	-2.106
SRG Rechtesgesellschaft GmbH, Köln	100	25	*47.127
SRG Werbeträger GmbH & Co. KG, Köln	100	14.465	134
Statista GmbH, Hamburg	81,3	2.106	-1.814
Statista Inc., New York / USA	100	-860	1
Statista Ltd., London, Großbritannien	100	-33	-612
StayFriends GmbH, Erlangen	100	4.550	3.122

	Anteile am Kapital 31.12.2016 vH	Eigenkapital am 31.12.2016 TEUR	Jahres- ergebnis 2016 TEUR
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100	5.492	*21.221
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100	500	*14.785
Ströer Digital Group GmbH, Köln	100	93.692	*-20.005
Ströer Digital Media GmbH, Hamburg	100	819	*-1.675
Ströer Digital Operations Sp. z. o.o., Warschau / Polen (vormals Goldbach Holding Sp. z. o.o., Warschau / Polen)	100	1.047	153
Ströer Digital Services Sp. z. o.o., Warschau / Polen (vormals Goldbach Audience Services Sp. z. o.o., Warschau / Polen)	100	-355	-70
Ströer KAW GmbH, Köln	100	1.538	*2.698
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100	180	*837
STRÖER media brands AG, Berlin (vormals GIGA Digital AG, Berlin)	100	1.508	*-479
Ströer Media Sp. z.o.K., Warschau / Polen	100	3.393	1.889
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau / Polen	100	1	2
Ströer Mobile Performance GmbH, Köln (vormals KissMyAds GmbH)	100	-566	-253
Ströer Netherlands B.V., Amsterdam / Niederlande	100	4	2
Ströer Netherlands C.V., Amsterdam / Niederlande	100	1.021	621
Ströer Products GmbH, Berlin (vormals GIGA fixxoo GmbH, Berlin)	75	1.927	-1.452
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100	272	*11.247
Ströer SSP GmbH, München (vormals adscale GmbH, München)	100	7.825	-2.004
Ströer Werbeträgerverwaltungs GmbH, Köln	100	25	*4
stylefruits GmbH, München	100	3.161	-2.545
T&E Net Services GmbH, Berlin	60	1.272	922
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50	1.081	109
Trombi Acquisition SARL, Paris / Frankreich	100	-1.222	-397
TUBE ONE Networks GmbH, Hamburg	74,99	642	-603
twiago GmbH, Köln	51	1.549	1.285
VITALSANA B.V., Heerlen / Niederlande	100	-1.864	-767
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50	12.038	1.810

*Ergebnis vor Ergebnisabführung **Vorjahreszahlen

8. Konzernabschluss

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

9. Persönlich haftende Gesellschafter

Die Ströer Management SE, Düsseldorf, die persönlich haftende Gesellschafterin ist, weist zum 31. Dezember 2016 ein gezeichnetes Kapital in Höhe von TEUR 120 aus.

10. Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

Dirk Ströer hält 21,80 Prozent und Udo Müller 21,70 Prozent der Aktien an der Gesellschaft. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Anhangs am 14. März 2017 sind uns die folgenden weiteren Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,60 Prozent, Allianz Global Investors Europe 6,15 Prozent und Credit Suisse 4,63 Prozent.

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

11. Gewinnverwendungsvorschlag

Die persönlich haftende Gesellschafterin und der Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung der Ströer SE & Co. KGaA vor, den im Jahresabschluss zum 31.12.2016 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von EUR 66.489.744,27, wie folgt zu verwenden:

- Ausschüttung einer Dividende in Höhe von EUR 1,10 je dividendenberechtigter Stückaktie und damit insgesamt EUR 60.810.748,90 (bei 55.282.499 Stückaktien)
- Vortrag des Restbetrages in Höhe von EUR 5.678.995,37 auf neue Rechnung.

12. Nachtragsbericht

Nach Abschluss des Geschäftsjahres sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die wesentliche finanzielle Auswirkungen haben.

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

Der Vorstand der persönlich haftenden Gesellschafterin der Ströer SE & Co. KGaA, der Ströer Management SE, Düsseldorf, und Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA haben am 15. Dezember 2016 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gem. § 161 AktG abgegeben und öffentlich auf der Internetseite der Gesellschaft (www.stroeer.com/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 14. März 2017

Ströer SE & Co. KGaA

vertreten durch:

Ströer Management SE (persönlich haftende Gesellschafterin)

Udo Müller

Christian Schmalzl

Dr. Bernd Metzner

**Anlage 1 zum Anhang der Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE), Köln
Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG**

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

1. Angaben zum Emittenten

Ströer SE Ströer Allee 1 50999 Köln Deutschland
--

2. Grund der Mitteilung

	Erwerb/Veräußerung von Aktien mit Stimmrechten
	Erwerb/Veräußerung von Instrumenten
	Änderung der Gesamtzahl der Stimmrechte
X	Sonstiger Grund: Bestandsmitteilung gemäß § 41 Abs. 4f WpHG

3. Angaben zum Mitteilungspflichtigen

Name:	Registrierter Sitz und Staat:
Allianz Global Investors GmbH	Frankfurt / Main, Deutschland

4. Namen der Aktionäre

mit 3% oder mehr Stimmrechten, wenn abweichend von 3

--

5. Datum der Schwellenberührung

26.11.2015

6. Gesamtstimmrechtsanteile

	Anteil Stimmrechte (Summe 7.a.)	Anteil Instrumente (Summe 7.b.1.+ 7.b.2.)	Summe Anteile (Summe 7.a. + 7.b.)	Gesamtzahl Stimmrechte
neu	6,12 %	0,03 %	6,15 %	55282499
letzte Mitteilung	5,88 %	%	%	/

7. Einzelheiten zu den Stimmrechtsbeständen

a. Stimmrechte (§§ 21, 22 WpHG)

ISIN	absolut		in %	
	direkt (§ 21 WpHG)	zugerechnet (§ 22 WpHG)	direkt (§ 21 WpHG)	zugerechnet (§ 22 WpHG)
DE0007493991	0	3384405	0 %	6,12 %
Summe		3384405		6,12 %

b.1. Instrumente i.S.d. § 25 Abs. 1 Nr. 1 WpHG

Art des Instruments	Fälligkeit / Verfall	Ausübungszeit- raum / Laufzeit	Stimmrechte absolut	Stimmrechte in %
Right for redelivery of shares being subject to open over- night securities lending	keine/none	Cancellation pos- sible on each trading day	14300	0,03 %
		Summe	14300	0,03 %

b.2. Instrumente i.S.d. § 25 Abs. 1 Nr. 2 WpHG

Art des In- struments	Fälligkeit /Ausübungszeit- Verfall	raum / Laufzeit	Barausgleich oder phy- sische Abwicklung	Stimmrech- te absolut	Stimmrechte in %
					%
			Summe	0	0 %

8. Informationen in Bezug auf den Mitteilungspflichtigen

	Mitteilungspflichtiger (3.) wird weder beherrscht noch beherrscht Mit- teilungspflichtiger andere Unternehmen mit melderlevanten Stimm- rechten des Emittenten (1.).		
X	Vollständige Kette der Tochterunternehmen beginnend mit der ober- sten beherrschenden Person oder dem oberstem beherrschenden Un- ternehmen:		
Unternehmen	Stimmrechte in %, wenn 3% oder höher	Instrumente in %, wenn 5% oder höher	Summe in %, wenn 5% oder höher
Allianz SE	%	%	%
Allianz Asset Ma- nagement AG	%	%	%
Allianz Global Investors GmbH	6,12 %	%	6,15 %

9. Bei Vollmacht gemäß § 22 Abs. 3 WpHG

(nur möglich bei einer Zurechnung nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG)

Datum der Hauptversammlung:	
Gesamtstimmrechtsanteil nach der Hauptversammlung:	% (entspricht Stimmrechten)

BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

Die in diesem Bericht über die Lage der Ströer SE & Co. KGaA (vormals „Ströer SE“), im Folgenden „Ströer KGaA“, und des Konzerns vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

GRUNDLAGEN UND STRATEGIE DES STRÖER KONZERNS

Geschäftsmodell

Die Ströer SE & Co. KGaA, Köln (vormals: Ströer SE, Köln, im Folgenden "Ströer KGaA") ist einer der führenden Anbieter der Vermarktung von Außen- und Online-Werbeflächen in Deutschland und bietet den werbungstreibenden Kunden individualisierte und integrierte Kommunikationslösungen an. Das Portfolio von Branding- und Performance-Produkten eröffnet den Kunden Möglichkeiten der exakten Zielgruppenansprache und erhöht gleichzeitig die Relevanz der Ströer Gruppe als Ansprechpartner für Mediaagenturen und Werbungtreibende.

Das Geschäftsmodell basiert auf dem Angebot von klassischen Medien der Außenwerbung und den in Bahnhöfen und Einkaufszentren installierten Bildschirmen des Public Video Netzwerks sowie der Online-Display- und Video-Vermarktung über das stationäre Internet und mobile Endgeräte und Tablets.

Hervorzuheben sind die Entwicklungsabteilungen für Online- und Außenwerbung. Darüber hinaus verfügt Ströer auf der Vermarktungsseite über die notwendige Marktpräsenz, um national und regional tätigen Kunden eine flächendeckende Außenwerbung sowie Online-Produkte anbieten zu können. Die Verkaufsorganisation intensiviert fortlaufend Zielgruppenanalysen und Marktforschung, steuert die begleitenden Vertriebs- und Marketingaktivitäten und bedient dabei regionale wie nationale Werbungtreibende, Mediaagenturen und Spezialmittler.

Die Ströer Gruppe nutzt Skaleneffekte auf der Kostenseite, die unter anderem bei Finanzen, Einkauf, Entwicklung, Informationstechnologie, Rechtsberatung und Personalwesen zur Geltung kommen, ebenso wie Synergien, die sich aus dem Zusammenwirken der einzelnen Segmente und Gesellschaften ergeben. Ein Beispiel hierfür ist die segmentübergreifende Bündelung der Bewegtbild-Werbung auf den Public Screens der Außenwerbung und den mobilen Devices, Tablets und stationären PCs im Digital-Bereich.

Segmente und Organisationsstruktur

Die Reporting-Segmente der Ströer Gruppe bestehen aus dem Segment Ströer Digital, dem Segment OOH Deutschland sowie dem Segment OOH International. Diese sind in enger Abstimmung mit der Konzern-Holdinggesellschaft Ströer SE & Co. KGaA operativ eigenständig am Markt tätig. Die Abstimmung bezieht sich insbesondere auf die strategische Ausrichtung im Rahmen der Gesamtsteuerung 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 Versorgung mit ausreichender Liquidität verschaffen den operativen Einheiten die notwendige Flexibilität, um Chancen im Markt kurzfristig nutzen zu können.

Digital-Geschäft

Segment Ströer Digital

Im Segment Ströer Digital bietet die Ströer Gruppe digitale Werbeflächen im Internet, auf mobilen Endgeräten und im öffentlichen Raum als Public Video Netzwerk an. Die Produktgruppen teilen sich in Display & Mobile, Video sowie in das zuletzt gegründete Produktsegment Transactional auf. Ströer nimmt eine starke Position im Bereich der Werbevermarktung in Deutschland ein und deckt die komplette Wertschöpfungskette der digitalen Vermarktung sowie der innovativen Markeninszenierung ab. Als Multi-Channel-Medienhaus bietet Ströer skalierbare Produkte von Branding & Storytelling bis hin zu Performance und Social Media an.

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmens-internen Steuerung finden Sie auf Seite 17.

Display- und Mobile-Vermarktung

Mit einer Reichweite von über 45 Millionen Unique Users pro Monat nimmt Ströer Digital Media Platz 1 im Vermarkter-Ranking der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ein und zählt damit zu den bedeutendsten Display- und Mobile-Vermarktern im deutschen Werbemarkt.¹ Im Bereich Display- und Mobile-Vermarktung verfügt Ströer Digital Media über eine Vielzahl an Direktmandaten, eigenen Webseiten und über eine automatisierte Technologieplattform (sowohl für die Demand- als auch für die Supply-Side). Zu den eigenen Webseiten gehört zum Beispiel die zuletzt übernommene Website t-online.de. Im Bereich der Direktmandate hat Ströer im letzten Jahr seine Vermarktungskapazität gebündelt und verfügt nun über exklusive Vermarktungsrechte bis zu 1.000 Webseiten.

Ströer hat die Möglichkeit, Rich Media² und Native Advertising³ mit klassischen Display-Werbeformaten und neuen Bewegtbild-Produkten intelligent zu verknüpfen, und entwickelt parallel auch innovative Werbeformate für den automatisierten Handel. Für umfeldorientierte Werbung stellt der Premium-Vermarkter seinen Kunden ein einzigartiges Vermarktungsportfolio an renommierten Medienmarken und Apps sowie thematisch orientierte Verticals zur Verfügung.

Video

Im Bereich Video bietet Ströer verschiedene Formate an: Public Video Screens, Online-Video (Desktop und Mobile/Tablet) sowie mit Tube One Networks GmbH ein Multi-Channel-Network (MCN).

Ströer verfügt über rund 4.000 Public Video Screens in Einkaufszentren, Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen. Public Video ist ein neuer Medienkanal und ein Komplementärmedium zum klassischen TV. Es kann direkt mit Kampagnen im Online-Bereich verzahnt werden. Die mittlerweile verfügbare programmatische Ansteuerung von Public Video über klassische Online-Ad-serving-Technologien verschafft Kunden die Möglichkeit, Videokampagnen im öffentlichen Raum zu verlängern. Public Video Screens können als „adressable PV“ im Gegensatz zu linearem TV die Konsumenten auf ihrer Customer Journey begleiten und sind deshalb als Produkt einzigartig. Im Online-Bereich eröffnet das Format Video auf einer Vielzahl von Webseiten Möglichkeiten, Premium-Inhalte anzubieten.

Online- und Public Video sprechen gerade die jungen und mobilen Zielgruppen an, die auf Bewegtbild positiv reagieren und durch lineares Fernsehen immer weniger erreicht werden.

Transactional

Neben den klassischen Werbeerlösen durch die Vermarktung von Webseiten nutzt Ströer im Rahmen der Produktgruppe Transactional auch andere digitale Geschäftsmodelle. Die Produktgruppe Transactional lässt sich in Performance-orientierte Produkte und Abonnement-basierte Erlösmodelle sowie Digital Commerce unterteilen.

Den Performance-orientierten Umsätzen liegen insbesondere Search-Erlösmodelle sowie Cost-per-Order-Kampagnen und digitale Umsätze mit lokalen Kunden zugrunde. Die Abonnement-basierten Umsätze resultieren aus digitalen Abonnements, die flexibel und individuell verschiedene Paid Services abdecken. Bereits in diesem Berichtsjahr konnte Ströer die Abonnement-basierten Erlösmodelle erfolgreich ausbauen. Die Statista GmbH hat ihre Nutzerbasis bereits international vergrößert und ihr Angebot mit Partnern wie Financial Times und Handelsblatt deutlich erweitert. Die StayFriends GmbH konnte sowohl durch die effektive Verzahnung mit T-Online, als auch durch das bestehende Außenwerbeinventar ihre Markenbekanntheit deutlich steigern.

Durch Digital Commerce wird die Wertschöpfungskette zur Monetarisierung des eigenen Inventars bis hin zum Verkauf von Produkten verlängert. Die Nutzung der eigenen Werbeflächen trägt gezielt zur effektiven Markenbildung bei. Ströer orientiert sich hierbei an den thematischen Verticals Tech & Games, Entertainment sowie News & Services und – mit deutlichem Schwerpunkt – an dem Vertical Health & Beauty.

¹ Quelle: Hochrechnung des Vermarkter-Rankings nach Zusammenführung der Angebote von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS auf Basis des AGOF digital facts 09/2016.

² Rich Media bezeichnet Online-Inhalte, die optisch und akustisch durch bspw. Video, Audio und Animation angereichert sind.

³ Native Advertising ist eine Methode, bei der verschiedene Werbeformen in einem redaktionellen Umfeld platziert werden.

Insbesondere im Health & Beauty Vertical lassen sich Kampagnen zur Markenbildung auch mithilfe von Außenwerbung effektiv platzieren. Deshalb hat Ströer im Berichtsjahr sein Portfolio auch um einige Geschäftsmodelle in diesem Bereich ergänzt. Mit der Übernahme der BHI Beauty and Health Investment Group (diese entwickelt und vertreibt unter anderem online kosmetische Eigenprodukte) und Bodychange Inc. (Social Media Interactive GmbH, aktiv im Bereich der Gewichtsoptimierung und Ernährungsberatung) erweitern wir erfolgreich unsere Wertschöpfungskette zur maximalen Monetarisierung aller bestehenden Werbeinventare.

Außenwerbegeschäft

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 Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung. Unser Produktportfolio erstreckt sich auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien (Großformate) über die Werbung an Wartehallen (Street Furniture) und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten. Das digitale Außenwerbegeschäft, welches auf Public Video beruht, ist aufgrund der Geschäftsnähe und der Technologie im Digital-Geschäft subsumiert.

Das Portfolio besteht derzeit aus fast 300.000 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.

Segment Out-of-Home Deutschland

Das Segment OOH Deutschland wird operativ durch die Ströer Media Deutschland GmbH (Ströer Media Deutschland) geführt. Der Sitz der Geschäftsführung befindet sich am Standort der Hauptverwaltung in Köln. Die Ströer Media Deutschland ist zusammen mit ihren zahlreichen Tochtergesellschaften in allen Produktgruppen des Konzerns (Street Furniture, Großformate, Transport, Sonstige) mit Ausnahme von Digital 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 Ströer KGaA 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 Out-of-Home International

Im Segment OOH International sind unsere türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUP Media GmbH (BlowUP Media) gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Das Unternehmen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. führt das operative Geschäft in der Türkei, an dem der Ströer Konzern mit 90 Prozent beteiligt ist. Ströer ist in sieben der zehn größten türkischen Städte vertreten und in allen Produktgruppen tätig. Mit rund 49.000 vermarktbareren Werbeflächen in zirka 16 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und besitzen mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb den größten Marktanteil.

Das polnische OOH-Geschäft wird durch die Ströer Polska Sp. z.o.o. geführt. In Polen teilt sich Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Nummer 1 Position. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 12.000 vermarktbareren Werbeflächen in zirka 120 Städten und Gemeinden vertreten und in allen OOH-Produktgruppen des Konzerns tätig.

BlowUp Media ist ein marktstarker westeuropäischer Anbieter von Riesenpostern mit Formaten bis über 1.000 Quadratmeter, die auf Gebäudefassaden platziert werden. Die Gesellschaft vermarktet aktuell mehr als 300, zum Teil 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 Außenwerbebusiness andere Herausforderungen an das Portfoliomanagement. BlowUP Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent.

Strategie und Steuerung

Die Ströer SE & Co. KGaA fokussiert sich auf folgende strategische Themen in Deutschland:

Digitalisierung der Außenwerbung in Deutschland

Die Digitalisierung der Außenwerbung ist eines der zentralen Investitions- und Wachstumsfelder unseres Unternehmens. Gezielte Investitionen in innovative Premiumformate, Marktforschung und Reichweitenmessung sichern eine hervorgehobene Technologieposition der Ströer Gruppe auch in der Außenwerbung ab. Im Berichtsjahr hat die Ströer Gruppe bereits erfolgreich begonnen, diverse Roadside-Screens in Wuppertal, Düsseldorf und Köln aufzubauen. Weitere Städte werden in den nächsten Monaten und Jahren folgen.

Digitaler Content – Management und Monetarisierung von Traffic

2014 haben wir damit begonnen, das Geschäftsfeld Digital Content aufzubauen. Im Jahr 2015 gehörten wir bereits zu einem der größten digitalen Publisher in Deutschland. Das Geschäftsfeld basiert auf einem disruptiven, Technologie- und Performance-orientierten Geschäftsmodell. Hierbei geht es vor allem um die Monetarisierung von Inhalten und Maximierung von Traffic durch unseren Performance-Publishing-Ansatz.

Nationaler Vertrieb – Etablierung als einer der führenden Vermarkter in Deutschland

Die Konsolidierung ist hierbei der Schlüssel zum Erfolg. Ströer ist schon heute einer der größten Vermarkter in Deutschland. Im Berichtsjahr hat Ströer seinen Marktauftritt, die Produkte und die Technologie von InteractiveMedia CCSP GmbH (InteractiveMedia), OMS Vermarktungsbeteiligungsgesellschaft mbH (OMS) und Ströer Digital Media GmbH (Ströer Digital Media) vereinheitlicht und bietet übergreifende Angebote über alle drei Vermarkter hinweg an. Technologisch hat das Multi-Channel-Medienhaus damit den ONE Plattform Gedanken erfolgreich auf den Weg gebracht und neue Portfolio übergreifende Produkte entwickelt, die für Qualität, Viewability und Innovation stehen. Medienübergreifend und in der Verbindung von Online und Außenwerbevermarktung gehören wir zu einem der führenden deutschen Medienhäuser.

Lokale Märkte – Steigerung lokaler und regionaler Werbeerlöse

Werbung im lokalen oder regionalen Umfeld verteilt sich in Deutschland größtenteils auf Anzeigenblätter und Tageszeitungen. Aus der Verlagerung der Werbebudgets von lokalen Print- hin zu lokalen Online-Angeboten ergibt sich hier ein erhebliches Wachstumspotenzial. Insbesondere aufgrund der relativ kleinen Marketingbudgets der klein- und mittelständischen Werbungtreibenden besteht überdies ein hoher Bedarf an standardisierten Lösungen. In diesem Jahr hat Ströer zudem erfolgreich begonnen, sein crossmediales Angebot von Digital und OOH auf regionalem Level anzubieten. Ströer hat auch im Berichtsjahr weiter in die – mit Blick auf die geographische Reichweite – einzigartige nationale Vertriebsstruktur für lokale Produkte investiert.

Transaktionsbasierte Geschäftsmodelle

Neben den klassischen Werbeerlösen durch die Vermarktung von Webseiten konzentriert sich Ströer auf neue Geschäftsmodelle wie z. B. Digital Commerce und Subscription, um insbesondere das bestehende Inventar zur erfolgreichen Markenbildung der eigenen Produkte und Services zu nutzen und damit indirekt zu monetarisieren. Hierbei stützt sich Ströer auf einen sogenannten „Wasserfallansatz“, indem nur die ungenutzten Werbeflächen eingesetzt werden, die im nationalen sowie regionalen Vertrieb nicht ausgelastet sind.

Datengetriebene Produktentwicklung

Die Digital-Strategie basiert auf einer fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance ebenso wie Direktvermarktung ermöglicht. Erfolgsscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle Management anonymisierter Datenmengen. Hierdurch ist die reibungslose Verzahnung von Branding- und Performance-Marketing im Rahmen von Multi-Screen-Strategien

möglich. Durch die Installation von iBeacons in unseren Außenwerbeträgern z. B. lassen sich Außenwerbung und Digitalgeschäft noch besser verbinden.

Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen im Sinne der nachhaltigen Wertentwicklung. Dabei folgen wichtige finanzielle Steuerungsgrößen der internen Berichtsstruktur. Hierbei handelt es sich um Steuerungsgrößen, die das Geschäftsmodell sowie die Steuerung entsprechend abbilden, jedoch nicht Bestandteil der internationalen Rechnungslegungsstandards sind. Dazu gehören das organische Umsatzwachstum, das Operational EBITDA, das bereinigte Konzernergebnis, der ROCE (Return on Capital Employed) sowie die Nettoverschuldung und der daraus abgeleitete dynamische Verschuldungsgrad. Hierbei werden Joint Ventures quotal berücksichtigt. Zu unseren weiteren Kennzahlen gehört der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen), bei dem Joint Ventures nach IFRS 11 at-Equity berücksichtigt werden.

Die Umsatzentwicklung ist einer der wesentlichen Indikatoren, an denen sich das Wachstum des gesamten Konzerns ablesen lässt. Sie ist zudem eine der wesentlichen Größen zur Steuerung der Segmente im Ströer Konzern. So werden den einzelnen Geschäftsbereichen im Rahmen der Budgetierung und Mittelfristplanung auf die jeweilige Ebene heruntergebrochene Zielumsätze vorgegeben und deren Einhaltung wird unterjährig laufend überwacht. Dabei wird sowohl das organische Umsatzwachstum als auch das nominale Umsatzwachstum betrachtet. Aufgrund der expansiven Geschäftsentwicklung hat Ströer zur verbesserten Transparenz seine Berechnung des organischen Umsatzwachstums im Jahre 2015 angepasst. Gemäß dieser Anpassung geht die Geschäftsentwicklung von akquirierten Unternehmen – positiv wie negativ – direkt ab dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung in die Berechnung des organischen Umsatzwachstums mit ein.

Das Operational EBITDA stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns dar. Außerdem ist das Operational EBITDA eine wesentliche Input-Größe zur Bestimmung des Verschuldungsfaktors, der den kreditgebenden Banken quartalsweise mitzuteilen ist. Darüber hinaus wird das nachhaltige Operational EBITDA am Kapitalmarkt im Rahmen des Multiplikatorverfahrens vereinfachend zur Bestimmung des Unternehmenswerts herangezogen.

Das bereinigte Konzernergebnis ist eine wichtige Kennzahl zur Bestimmung unserer Dividendenauszahlung. Grundsätzlich planen wir 25 bis 50 Prozent unseres bereinigten Konzernergebnisses als Dividende auszuzahlen.

Der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen) ist ein wesentliches Steuerungselement des Vorstands und wird berechnet aus dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich der Netto-Investitionen, also der Summe aus Einzahlungen und Auszahlungen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. Der Free Cash-Flow (vor M&A-Transaktionen) stellt somit die cashwirksame Ertragskraft unseres Unternehmens dar und ist eine bedeutende Determinante für unsere Investitions-, Finanzierungs- und Dividendenpolitik.

Unser Ziel ist es außerdem, die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) nachhaltig zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir unsere Steuerungs- und Controllingssysteme konsequent weiterentwickelt.

Der ROCE errechnet sich aus dem Quotienten des bereinigten EBIT und dem Capital Employed (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt). Das bereinigte EBIT wird wie folgt definiert: Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern, bereinigt um einmalige Effekte, Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen und einmalige Wertberichtigungen. Das Capital Employed setzt sich aus der Summe der immateriellen Vermögenswerte, der Sachanlagen und kurzfristigen Vermögenswerte abzüglich der nicht zinstragenden Verbindlichkeiten (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige nicht zinstragende Verbindlichkeiten) zusammen. Es errechnet sich aus dem arithmetischen Mittel dieser Werte zum jeweiligen Jahresanfang und Jahresende. Anhand des ROCE verfügen wir über ein Instrumentarium, das eine wertorientierte Steuerung des Konzerns und der Unternehmensbereiche erlaubt. Ein positiver Wertbeitrag und damit eine Steigerung des Unternehmenswerts wird erreicht, wenn der ROCE den jeweiligen Kapitalkostensatz der Cash Generating Units (CGUs) überschreitet.

→ Weitere Details zur Berechnung des organischen Umsatzwachstums auf Seite 19.

→ Weitere Details zur Berechnung des Operational EBITDA und des bereinigten Konzernergebnisses auf Seite 20.

→ Weitere Details zur Berechnung des Free Cash-Flow vor M&A auf Seite 32.

→ Weitere Details zur Nettoverschuldung auf Seite 33.

→ Das Kapitel Mitarbeiter befindet sich auf Seite 50.

Die Nettoverschuldung bzw. der dynamische Verschuldungsgrad des Unternehmens ist ebenfalls eine wichtige Steuerungsgröße des Konzerns. An die Nettoverschuldung sind unter anderem unsere Fremdfinanzierungskosten im Rahmen des Facility Agreements und des Schuldscheindarlehens geknüpft. Außerdem ist der dynamische Verschuldungsgrad ein wichtiger Faktor für den Kapitalmarkt, um die Qualität unserer Finanzlage einzuschätzen. Der dynamische Verschuldungsgrad wird gemessen am Verhältnis der Nettoverschuldung zum Operational EBITDA (Leverage Ratio). Die Nettoverschuldung wird errechnet aus der Summe der Verbindlichkeiten aus dem Facility Agreement, aus dem Schuldscheindarlehen sowie aus sonstigen Finanzverbindlichkeiten abzüglich liquider Mittel (Joint Ventures sind quotal berücksichtigt).

Als nicht finanzielle Indikatoren berücksichtigen wir Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z. B. die Mitarbeiteranzahl auf Konzernebene zu einem bestimmten Stichtag.

Überleitung Organisches Umsatzwachstum

Die nachfolgende Tabelle enthält die Überleitung zum organischen Umsatzwachstum. Für das Jahr 2016 ergibt sich daraus bei einem Anstieg des Umsatzes (ohne Fremdwährungseffekte) von 77,5 Millionen Euro und einem angepassten Vorjahres-Umsatz von 1.070,3 Millionen Euro ein organisches Wachstum in Höhe von 7,2 Prozent.

in TEUR	2016	2015
Umsatzerlöse Vorjahr (berichtet)	823.706	721.092
IFRS 11 (Überleitung at-Equity)	14.012	12.532
Umsatzerlöse Vorjahr (Management-Approach)	837.718	733.624
Abgegangene bzw. stillgelegte Einheiten	-3.132	-7.130
Akquisitionen	235.669	39.272
Umsatzerlöse Vorjahr (Management-Approach (angepasst))	1.070.255	765.766
Fremdwährungseffekte	-12.637	-2.985
Organisches Umsatzwachstum	77.530	74.937
Umsatzerlöse aktuelles Jahr (Management-Approach)	1.135.148	837.718
IFRS 11 (Überleitung at-Equity)	-11.891	-14.012
Umsatzerlöse aktuelles Jahr (berichtet)	1.123.257	823.706

Überleitung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zu den nicht als IFRS-Wert ausgewiesenen Zahlen des Management Approach

In Mio. EUR	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS 2016	Umgliederung von Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen	Umgliederung at-Equity-Ergebnis in Quotenkonsolidierung	Umgliederung von Bereinigungen	Gewinn- und Verlustrechnung nach Management Accounting
Umsatzerlöse	1.123,3		11,9		1.135,1
Umsatzkosten	-753,9	138,6	-3,2	5,8	-612,7
Vertriebskosten	-156,9				
Verwaltungskosten	-124,8				
Summe Vertriebs- und Verwaltungskosten	-281,8	12,5	0,3	19,6	-249,3
Sonstige betriebliche Erträge	34,9				
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-34,4				
Summe sonstige betriebliche Erträge und sonstige betriebliche Aufwendungen	0,5	10,1	0,1	1,3	12,0
Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierter Unternehmen	4,7		-4,7		0,0
Operational EBITDA					285,2
Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen		-161,2	-1,9		-163,1
Bereinigtes EBIT					122,1
Bereinigungen ¹⁾				-26,8	-26,8
Finanzergebnis	-10,0		0,0		-10,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-10,8		-2,4		-13,2
Konzernergebnis	71,9	0,0	0,0	0,0	71,9

¹⁾ Für weitere Details zu Bereinigungen verweisen wir auf Abschnitt 33 Segmentberichterstattung.

Aus Kaufpreisallokationen resultierende Abschreibungen	Währungseffekte aus innerkonzernlichen Finanzierungen	Steuernormalisierung	Eliminierung aus Bereinigungen und einmaligen Wertberichtigungen	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2016	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2015
				1.135,1	837,7
				-612,7	-467,8
				-249,3	-175,8
				12,0	14,3
				0,0	0,0
				285,2	208,3
60,7			12,3	-90,0	-71,8
60,7			12,3	195,1	136,6
			26,8	0,0	0,0
	-0,1		0,8	-9,4	-9,5
		-16,2		-29,4	-20,1
60,7	-0,1	-16,2	39,9	156,3	106,9

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand der persönlich haftenden Gesellschafterin, der Ströer Management SE, Düsseldorf, besteht zum 31. Dezember 2016 aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Herr Udo Müller (CEO), Herr Christian Schmalzl (COO) und Herr Dr. Bernd Metzner (CFO) an. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	Dezember 2020	Vorstandsvorsitzender Strategie
Dr. Bernd Metzner	Juni 2014	Dezember 2020	Finanzvorstand Konzern – Finanzen und Steuern Konzern – Personalwesen Konzern – IT Konzern – Recht Konzern – M&A/Corporate Finance Konzern – Revision Konzern – Investor – Relations Konzern – Einkauf Konzern – Risikomanagement Konzern – Accounting Konzern – Controlling
Christian Schmalzl	November 2012	Dezember 2020	Leitung und Steuerung von Landes- und Digitalgesellschaften Konzern – Business-Development Konzern – Unternehmenskommunikation

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

Zur weiteren Professionalisierung der Führung und Verankerung der Schwerpunktthemen innerhalb des Ströer Konzerns wurde ein Executive Committee als erweitertes Führungsgremium eingerichtet. Bei regelmäßigen Präsenzterminen werden grundlegende Themen entschieden und eine einheitliche Ausrichtung der gesamten Gruppe wird sichergestellt.

Der Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA besteht zum 31. Dezember 2016 aus den folgenden Mitgliedern: Herr Christoph Vilanek, Herr Dirk Ströer, Frau Annette Bronder, Herr Vicente Vento Bosch, Frau Julia Flemmerer, Herr Ulrich Voigt.

Nähere Ausführungen zum Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat und zu weiteren Standards von Unternehmensführung und -kontrolle finden sich in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB, auch die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält. Daneben geben der Vorstand der Ströer Management SE und der Aufsichtsrat der Ströer SE & Co. KGaA gemäß Ziffer 3.10 DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage von Ströer (www.stroeer.com/investor-relations) veröffentlicht.

→ Alle Dokumente finden
Sie auf der Homepage unter:
www.stroeer.com/investor-relations

Märkte und Einflussfaktoren

Mit ihrem Geschäftsmodell agiert die Ströer Gruppe auf den Märkten für Außenwerbung sowie für Online- und Mobile-Vermarktung. Die wirtschaftliche Lage wird naturgemäß durch die bearbeiteten Werbemärkte beeinflusst, die ihrerseits stark auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie auf das Verhalten von Konsumenten, Werbungtreibenden und Mediaagenturen reagieren. Spezieller Einflussfaktor für die Außenwerbung sind die Rahmenbedingungen hinsichtlich der durch Kommunen eingeräumten Werberechtskonzessionen.

Kunden buchen ihre Aufträge in der Außenwerbebranche teilweise mit einer Vorlaufzeit von nicht mehr als acht Wochen. Dies unterstreicht den Trend zu immer kürzeren Vorausbuchungsfristen. Die saisonalen Schwankungen im Auftragsbestand verlaufen analog zur Entwicklung des übrigen Medienmarktes. Schwerpunkte der Außenwerbeaktivitäten liegen 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 sind die Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung noch einmal kürzer. 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, Real-Time-Bidding (RTB) und Bewegtbild-Angeboten. Wesentliche Kostentreiber sind neben den an die Webseitenbetreiber abzuführenden Kommissionen insbesondere die Aufwendungen für das 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 mit Außenwerbekampagnen beworben werden. Sollte es 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.

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

Der Einsatz von sogenannten Ad-Blockern gewinnt zunehmend an Bedeutung. Hierbei können Anwender die Anzeige von Werbung auf Webseiten verhindern. Gleichzeitig werden in ähnlichem Maße technische Möglichkeiten entwickelt, diese Ad-Blocker zu umgehen.

Insgesamt ist die Ströer Gruppe mit ihrem integrierten Portfolio sehr gut positioniert, um von den mittel- bis langfristigen Markttrends zu profitieren. Erwartungsgemäß wird sich der Markt immer unmittelbarer am Mediennutzer und an dessen Nutzungsverhalten orientieren, das stärker auf den Medienkonsum über mobile Endgeräte im privaten, beruflichen und öffentlichen Umfeld ausgerichtet ist. Hierdurch verschwimmen die Grenzen zwischen den einzelnen Content-Kanälen, sodass die zentral gesteuerte Online-Vermarktung in den Vordergrund rückt.

Dabei gewinnen zugleich Performance-Produkte an Bedeutung, zumal sich Zielgruppen durch die Analyse großer Datenmengen und Targeting-Technologien immer exakter ansteuern lassen. Ein überproportionales Wachstum im Online-Werbemarkt wird für das Bewegtbild- und Mobile-Angebot erwartet. Zugleich besteht ein erhebliches Potenzial für regionale Online-Werbekampagnen. Die Außenwerbung wird ebenfalls von der digitalen Weiterentwicklung beeinflusst, wird jedoch als einziges Medium ihre physische Präsenz behalten.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Wirtschaftliches Umfeld

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2016

Gemessen am Umsatzbeitrag von rund 85 Prozent ist Deutschland für uns der wesentliche Markt und das internationale Geschäft von untergeordneter Bedeutung. Hintergrund ist unter anderem die Veränderung unseres Geschäftsmodells mit einem stärkeren Fokus auf digitale Geschäftsfelder, die hauptsächlich im deutschen Markt ansässig sind. Aus diesem Grunde wird das wirtschaftliche Umfeld des Segments OOH International hier nur anhand der Entwicklung der Türkei, als dem größten Geschäftsfeld innerhalb des Segments OOH International, beschrieben.

Die beiden für uns wesentlichen Märkte Deutschland und Türkei entwickelten sich im Berichtsjahr uneinheitlich. Während anhaltende makroökonomische Unsicherheiten in der Türkei belastend wirkten, konnte die deutsche Wirtschaft wie im Vorjahr von einer dynamischen Binnenkonjunktur profitieren.

Deutschland

Auch im Jahr 2016 hat die deutsche Wirtschaft ihre positive Entwicklung fortgesetzt. Besonders zum Jahresende hat sich die Stimmung bei deutschen Unternehmen laut dem Institut der deutschen Wirtschaft leicht aufgehellt.¹ Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) verzeichnete nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamts ein Wachstum von 1,9 Prozent und liegt damit einen halben Prozentpunkt über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre (1,4 Prozent). Getragen wird das solide und stetige Wachstum im Wesentlichen von einer regen Binnenkonjunktur. Die privaten Konsumausgaben legten um 2,0 Prozent zu. Die staatlichen Konsumausgaben stiegen, unter anderem aufgrund der hohen Zuwanderung, sogar noch deutlich stärker um 4,2 Prozent.²

Die Zahl der Erwerbstätigen erreichte 2016 mit 43,5 Millionen den höchsten Stand seit 1991. Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte stieg um 2,8 Prozent. Einen ähnlich hohen Anstieg verzeichneten die in jeweiligen Preisen berechneten Konsumausgaben der privaten Haushalte mit 2,6 Prozent. Die Sparquote der privaten Haushalte lag im Jahr 2016 nach ersten vorläufigen Berechnungen bei 9,7 Prozent und tendiert damit gegenüber dem Vorjahr seitwärts.³ Die Verbraucherpreise stiegen im Vergleich zu 2015 um 1,7 Prozent.⁴

Türkei

Die türkische Wirtschaft war im letzten Jahr durch starke politische Unruhen geprägt. Dies spiegelte sich auch in der wirtschaftlichen Lage wider und führte zu einer Verlangsamung des Wachstums im Vergleich zum Vorjahr. Im Jahr 2016 wuchs die türkische Wirtschaft um 2,9 Prozent gegenüber 4,0 Prozent im Jahr 2015.⁵ Im Verlauf des Jahres hat sich der Anstieg der Verbraucherpreise verlangsamt und erreichte am Ende des Jahres 8,5 Prozent, verglichen mit 9,6 Prozent am Jahresanfang.⁶

Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2016

Seit 2014 befindet sich der westeuropäische Werbemarkt in einer soliden Erholungsphase. Für 2016 erwartet ZenithOptimedia einen Anstieg der Nettowerbeausgaben von 3,7 Prozent.

Insbesondere der Online-Bereich kann mit 10,4 Prozent ein erneut deutliches Wachstum vorweisen, wohingegen Printmedien weiterhin mit starken Verlusten zu kämpfen haben (-5,0 Prozent). Der Bereich Außenwerbung konnte im westeuropäischen Raum um 3,3 Prozent zulegen.

1 Quelle: DIW Berlin – Konjunkturbarometer, Dezember 2016

2 Quelle: Statistisches Bundesamt – Bruttoinlandsprodukt 2016

3 Quelle: BVR Studie zum Weltspartag, September 2016

4 Quelle: Global Rates – Inflation

5 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Turkey, November 2016

6 Quelle: Global Rates – Inflation

Deutschland

Der Werbemarkt in Deutschland wies im Jahr 2016 laut den von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeausgaben einen Anstieg von 6,1 Prozent auf.⁷ Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns nur Tendaussagen dar und erlauben aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Wir gehen derzeit für 2016 – in Anlehnung an die zuletzt geäußerten Erwartungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) – von um rund 2,5 Prozent gestiegenen Nettowerbeinvestitionen aus. Die offiziellen Nettomedienausgaben werden von der ZAW voraussichtlich im Mai 2017 veröffentlicht.⁸ Gestützt wird unsere Einschätzung auch von einer Prognose von ZenithOptimedia. Nach einem Anstieg von 1,9 Prozent im Jahr 2015 wird für 2016 ein deutlicheres Wachstum der Nettowerbeausgaben in Höhe von 3,1 Prozent erwartet.⁹

Das Segment Out-of-Home verzeichnete 2016 laut ZenithOptimedia ein Wachstum der Nettowerbeausgaben von 6,4 Prozent. Für das Segment Internet wurde ein Plus von 8,4 Prozent gemessen. Als erneut größter Verlierer verzeichnete das Segment Print einen Verlust von –1,5 Prozent im zurückliegenden Jahr. Verlässliche Aussagen zu etwaigen Marktanteilsverschiebungen sind erst nach Vorlage der Nettomarktzahlen zu treffen. Wir gehen aber davon aus, dass insbesondere der Online-Bereich und auch die Außenwerbung weitere Marktanteile gewinnen konnten.¹⁰

Türkei

Für den türkischen Werbemarkt geht ZenithOptimedia von einer nur noch geringen Wachstumsrate von etwa 3,5 Prozent im Jahr 2016 aus.¹¹ Hintergrund der schwächeren Entwicklung sind die anhaltenden innen- und außenpolitischen Unsicherheiten und das entsprechend belastete makroökonomische Umfeld. Konsistente Angaben zur Nettomarktentwicklung des türkischen Out-of-Home-Medienmarktes sind nicht verfügbar.

Wechselkursentwicklungen 2016¹²

Für unsere Geschäfte waren im Jahr 2016 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira und zum Britischen Pfund relevant. Die Türkische Lira startete im Januar 2016 bei einem Wert von 3,22 Türkische Lira zu 1,00 Euro. Nachdem sie sich zum Jahresanfang noch einigermaßen stabil halten konnte, verlor sie im weiteren Verlauf des Jahres sehr deutlich an Boden. Im letzten Quartal 2016 verzeichnete die Türkische Lira weitere historische Tiefpunkte und notierte zum Jahresende bei 3,71 Türkische Lira zu 1,00 Euro. Im Jahresdurchschnitt verlor sie damit insgesamt 10,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresdurchschnitt. Hintergrund waren erneut politische Unsicherheiten und interne Spannungen im Land.

Insbesondere in der zweiten Jahreshälfte verlor auch das Britische Pfund gegenüber dem Euro deutlich an Wert. Diese Entwicklung ist insbesondere auf den massiven Einbruch des Pfunds als Folge des Brexit-Votums zurückzuführen. Zum Jahresende konnte die Währung nach historischen Tiefständen wieder etwas Boden gutmachen und notierte bei 0,86 Britische Pfund zu 1,00 Euro. Mit einem Jahresmittel von 0,82 Britische Pfund zu 1,00 Euro verlor der Kurs um 12,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresniveau.

7 Quelle: Nielsen Werbetrend 12-2016, Nielsen, Januar 2017

8 Quelle: ZAW Pressemeldung Nr.14/16, November 2016

9 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2016

10 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2016

11 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Turkey, Dezember 2016

12 Quelle: Europäische Zentralbank (EZB)

Ertragslage Gruppe

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

Die Ströer Gruppe kann auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 zurückblicken. Maßgeblich zu diesem Erfolg beigetragen hat sowohl das Digitalgeschäft als auch das deutsche Out-of-Home Geschäft. Dabei haben sich die beachtlichen Zuwächse der operativen Geschäftstätigkeit im Umsatz und im Operational EBITDA ebenso wie in allen übrigen wichtigen Erfolgskennzahlen der Gruppe spürbar positiv bemerkbar gemacht.

Auch die Vermögens- und Finanzlage präsentierte sich sehr erfreulich. So bewegte sich der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) trotz umfangreicher Investitionsmaßnahmen unverändert auf einem äußerst niedrigen Niveau. Merklich verbessert zeigte sich zudem der Free Cash-Flow (vor M&A), der spürbar von den kräftigen Zuwächsen im operativen Geschäft profitieren konnte. Vor dem Hintergrund einer weiterhin sehr soliden Eigenkapitalquote ergibt sich damit insgesamt ein sehr komfortables und ausgewogenes Bilanzbild.

Alles in allem sehen wir die Ströer Gruppe sowohl operativ wie auch finanziell sehr gut aufgestellt, sodass künftige Chancen im strukturellen Wandel des Medienmarktes flexibel genutzt werden können.

Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Wir haben die im Vorjahresbericht formulierten Prognosen für das Geschäftsjahr 2016 seinerzeit aus einer vorsichtig optimistischen Einschätzung zur Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen abgeleitet. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des häufig kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, eines schnell wechselnden Marktsentiments sowie konjunktureller Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Die im Rahmen unserer Prognose unterstellte Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist in weiten Teilen wie erwartet eingetreten. Unsere für das abgelaufene Geschäftsjahr 2016 gesetzten Ziele sehen wir allesamt als erreicht bzw. einige sogar als übertraffen an.

	Prognostizierte Ergebnisse für 2016 im Geschäftsbericht 2015	Tatsächlich erzielte Ergebnisse im Geschäftsjahr 2016
Organisches Wachstum	Wachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich	7,2%
Operational EBITDA	Anstieg auf 270 bis 280 Millionen Euro	285,2 Millionen Euro
Operational EBITDA-Marge	Leichte Verbesserung (2015: 24,9%)	25,1%
ROCE	Nahezu unverändert (2015: 15,4%)	16,9%
Konzernergebnis	Sichtbarer Anstieg (2015: 58,8 Millionen Euro)	71,9 Millionen Euro
Free Cash-Flow (vor M&A)	Anstieg auf über 120 Millionen Euro	138,5 Millionen Euro
Leverage Ratio	Weiter sichtbarer Rückgang (unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen) (2015: 1,11)	1,16 (bei erheblichen M&A-Transaktionen)

Ertragslage des Konzerns

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung		
In Mio. EUR	2016	2015
Umsatzerlöse	1.123,3	823,7
EBITDA	254,0	188,6
Operational EBITDA	285,2	208,3
EBIT	92,8	76,8
Finanzergebnis	-10,0	-9,3
Ergebnis vor Steuern	82,7	67,5
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-10,8	-8,6
Konzernergebnis	71,9	58,8

Die Ströer Gruppe konnte die erfolgreiche Entwicklung aus den Vorjahren auch im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter fortführen und ihre **Umsatzerlöse** nochmals signifikant um 299,6 Millionen Euro auf 1.123,3 Millionen Euro steigern. Ausschlaggebend für diesen Anstieg waren insbesondere die sichtlich gestiegenen Umsätze im Digitalgeschäft, die sowohl aus den Unternehmensakquisitionen der vergangenen Quartale wie auch aus organischem Wachstum herrührten. Daneben hat auch das Segment OOH Deutschland mit seinem organischen Wachstum zu diesem Umsatzanstieg beigetragen. Im Gegensatz dazu gaben die Umsätze im Segment OOH International vornehmlich aufgrund der makroökonomischen Lage in der Türkei und der damit verbundenen Schwäche der Türkischen Lira weiter nach. Vor dem Hintergrund der deutlichen Steigerungsraten im Digital- sowie im deutschen OOH-Geschäft erzielte die Gruppe insgesamt aber dennoch ein beachtliches organisches Umsatzwachstum in Höhe von 7,2 Prozent.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

In Mio. EUR	2016	2015
Ströer Digital	509,6	238,2
OOH Deutschland	490,4	457,2
OOH International	135,2	142,4
Überleitung at-Equity (IFRS 11)	-11,9	-14,0
Summe	1.123,3	823,7

Die Aufteilung des Konzernumsatzes nach geografischen Gesichtspunkten verdeutlicht die weitere Verschiebung der Umsätze zugunsten der inländischen Geschäftstätigkeit. Während die inländischen Umsätze (ohne at-Equity-bilanzierte Unternehmen) um 283,3 Millionen Euro auf 948,5 Millionen Euro zulegten, sind die Auslandsumsätze lediglich um 16,3 Millionen Euro auf 174,7 Millionen Euro angestiegen. Der Umsatzanteil ausländischer Einheiten lag damit nur noch bei 15,6 Prozent (Vj.: 19,2 Prozent).

Die Umsatzentwicklung in der Online- und Außenwerbebranche unterliegt generell ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die der gesamten übrigen Medienbranche. Dies beeinflusst auch die unterjährige Entwicklung der Ströer Gruppe. 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 nach Quartalen		
In Mio. EUR		
Q1		226,2
Q2		276,2
Q3		263,3
Q4		357,6
Q1-Q4		1.123,3

Operational EBITDA-Entwicklung nach Quartalen		
In Mio. EUR		
Q1		46,2
Q2		69,2
Q3		63,3
Q4		106,4
Q1-Q4		285,2

Mit dem oben beschriebenen Umsatzwachstum sind gleichzeitig auch höhere **Umsatzkosten** einhergegangen. Zurückzuführen war der Kostenanstieg vornehmlich auf die Unternehmenserwerbe der letzten zwei Jahre. Des Weiteren machten sich auch die umsatzinduzierten Pacht aufwendungen und die gestiegenen Bewirtschaftungskosten im Segment OOH Deutschland nachteilig bemerkbar. Bezogen auf das Gesamtjahr beliefen sich die Umsatzkosten auf 753,9 Millionen Euro und lagen damit um 191,3 Millionen Euro über dem Vorjahr. Im Saldo stieg das **Bruttoergebnis vom Umsatz** von 261,1 Millionen Euro auf 369,3 Millionen Euro, was einem Zugang von 108,3 Millionen Euro entspricht. Infolgedessen erhöhte sich die Bruttoergebnismarge im Berichtsjahr von 31,7 Prozent auf 32,9 Prozent.

Vor dem Hintergrund der neu erworbenen Unternehmen sind die **Vertriebs- und Verwaltungskosten** der Ströer Gruppe mit 281,8 Millionen Euro um 79,8 Millionen Euro höher ausgefallen als noch im Vorjahr. Dabei resultierte der akquisitionsbedingte Anstieg einerseits direkt aus den Funktionsbereichen der neuen Unternehmen sowie andererseits aus den in diesem Zusammenhang angefallenen Integrationsaufwendungen. Neben diesen M&A-Effekten führte nicht zuletzt auch der laufende Ausbau unseres Lokalvertriebs für digitale und OOH-Produkte in Deutschland zu weiteren substantziellen Kostensteigerungen. Mit Blick auf den Saldo aus **sonstigen betrieblichen Erträgen und Aufwendungen** verzeichnete Ströer zudem mit 0,5 Millionen Euro ein um 12,8 Millionen Euro schwächeres Ergebnis als noch im Vorjahr. Während sich in den sonstigen betrieblichen Erträgen vor allem die Auflösung von nicht mehr zu begleichenden Earn-Out-Verbindlichkeiten (13,0 Millionen Euro) positiv ausgewirkt hat, reflektiert der Anstieg in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in erster Linie die Bildung von Restrukturierungsrückstellungen (12,7 Millionen Euro) sowie die Abwertung des Goodwills auf unseren türkischen OOH-Geschäftsbereich (10,1 Millionen Euro). Alle drei Effekte wurden bei der Überleitung zum bereinigten Konzernergebnis eliminiert. Gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert zeigte sich hingegen der **Anteil am Ergebnis at-Equity-bilanzierter Unternehmen**, der sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 4,7 Millionen Euro bezifferte (Vj.: 4,5 Millionen Euro). Insgesamt ergibt sich damit ausgehend von einer beträchtlich gestiegenen operativen Geschäftstätigkeit ein weiter deutlich verbessertes **EBIT** in Höhe von 92,8 Millionen Euro (Vj.: 76,8 Millionen Euro). Zudem konnte auch das **Operational EBITDA** mit einem Anstieg von 76,8 Millionen Euro auf 285,2 Millionen Euro maßgeblich von der Dynamik profitieren und einen neuen Spitzenwert für die Ströer Gruppe markieren. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (**ROCE**) kletterte dementsprechend auf 16,9 Prozent (Vj.: 15,4 Prozent).

Der im Jahresdurchschnitt gegenüber dem Vorjahr niedrigere dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio), der sich direkt auf die von uns zu entrichtende Zinsmarge auswirkt, hat sich positiv im **Finanzergebnis** der Ströer Gruppe bemerkbar gemacht. Gegenläufig wirkte sich jedoch die vorzeitige Tilgung des Term Loan im Rahmen der Platzierung des Schuldschein-Darlehens aus, da hierdurch Transaktionskosten ergebniswirksam vorgezogen wurden, die ansonsten über die Laufzeit bis zum April 2020 amortisiert worden wären. Letztendlich gab das Finanzergebnis mit einem Aufwand von 10,0 Millionen Euro leicht gegenüber dem Vorjahr nach (Vj.: 9,3 Millionen Euro).

Die steuerliche Bemessungsgrundlage hat sich aufgrund der sehr erfreulichen Entwicklung im operativen Geschäft weiter erhöht und sich entsprechend auf den **Steueraufwand** ausgewirkt. Gegenläufig machten sich insbesondere Prozessverbesserungen und Strukturveränderungen in den rechtlichen Einheiten des Konzerns bemerkbar, die wir Mitte 2015 vorgenommen haben. Vor diesem Hintergrund bewegte sich der Steueraufwand mit 10,8 Millionen Euro um 2,2 Millionen Euro über dem Vorjahr (Vj.: 8,6 Millionen Euro).

Alles in allem konnte die Ströer Gruppe das abgelaufene Geschäftsjahr – ausgehend von einer sehr positiven operativen Geschäftstätigkeit – mit einem nochmals verbesserten **Konzernergebnis** von 71,9 Millionen Euro (Vj.: 58,8 Millionen Euro) abschließen und damit ihren profitablen Wachstumskurs weiter fortführen. Gleichzeitig steigerte sich das **bereinigte Konzernergebnis** um 49,3 Millionen Euro auf 156,3 Millionen Euro.

Finanz- und Vermögenslage

Grundzüge der Finanzierungsstrategie

Ströer verfolgt konsequent eine konservative und langfristig ausgerichtete Finanzierungsstrategie. Die Sicherung der finanziellen Flexibilität hat höchste Priorität in 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:

- 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

Die Finanzierung der Ströer Gruppe 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 sowie in der Diversifikation der Kapitalgeber weitere wichtige Finanzierungsziele.

Im Rahmen unserer Finanzierung achten wir auf ein angemessenes Fälligkeitsprofil unserer Finanzverbindlichkeiten sowie auf ein angemessenes, stabiles Portfolio von Kreditinstituten und Finanzintermediären, mit denen wir zusammenarbeiten. Wir operieren dabei auf Basis verbindlicher Standards, die Fremdkapitalgebern Transparenz und Fairness gewährleisten. In der Zusammenarbeit mit unseren kreditgebenden Banken ist uns der Aufbau einer langfristigen und nachhaltigen Beziehung besonders wichtig.

Unseren externen Finanzierungsspielraum und unsere finanzielle Flexibilität haben wir im Jahr 2016 in zwei Schritten in nennenswertem Umfang ausgeweitet: In einem ersten Schritt hat die Ströer SE & Co. KGaA im Juni 2016 ein Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von 170,0 Millionen Euro am Kapitalmarkt platziert. Das Darlehen besteht aus mehreren Tranchen, die eine Laufzeit von fünf bzw. sieben Jahren haben. Die Verzinsung der Tranchen ist überwiegend variabel. Durch die Platzierung dieses Darlehens konnte die Investorenbasis deutlich diversifiziert werden. Zudem haben wir mithilfe dieses Schuldscheindarlehens die Inanspruchnahme unter der bestehenden Kreditfazilität entsprechend reduziert und unsere finanzielle Flexibilität merklich ausgeweitet.

Im zweiten Schritt wurde dann im Dezember 2016 mit einem Bankensyndikat eine neue Kreditfazilität in Höhe von 600,0 Millionen Euro vereinbart, wobei das Volumen bei Bedarf um weitere 100,0 Millionen Euro ausgeweitet werden kann. Die seit April 2014 bestehende und im April 2015 angepasste Finanzierung, die zuletzt mit einem Volumen von 480,0 Millionen Euro zur Verfügung stand, wurde durch diese neue Fazilität abgelöst. Neben einer weiteren Verbesserung der Konditionen wurde dabei die Dokumentation an den Investment Grade Status der Ströer Gruppe angepasst. Die Laufzeit der neuen Finanzierung beträgt fünf Jahre, wobei die Möglichkeit einer Verlängerung um weitere zwei Jahre besteht. Das gesamte Volumen in Höhe von 600,0 Millionen Euro ist als flexible Revolving Facility ausgestaltet. Durch diesen zweiten Schritt ist unsere finanzielle Flexibilität nochmals erheblich angestiegen.

Für beide Finanzierungsbausteine gilt, dass die Vergabe der Darlehensmittel unbesichert erfolgte. Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen in beiden Fällen den marktüblichen Usancen und betreffen die Kennzahl „Leverage Ratio“, die zum Jahresende mit deutlichem Abstand eingehalten wurde. Die für die Umsetzung der beiden neu aufgelegten Finanzinstrumente angefallenen Kosten werden über die jeweilige Laufzeit der Verträge amortisiert. Der Ströer Konzern kann damit auf eine sehr flexible, langfristig stabile Finanzierung mit niedrigen Fremdkapitalkosten zurückgreifen. Zum 31. Dezember 2016 standen aus den nicht in Anspruch genommenen Kreditlinien unter der neu abgeschlossenen Kreditfazilität einschließlich des bestehenden Kassensaldos (64,2 Millionen Euro) insgesamt frei verfügbare Finanzierungsspielräume in Höhe von 435,5 Millionen Euro (Vj.: 223,8 Millionen Euro) zur Verfügung.

Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 20 Prozent aller Kreditbeträge in der Ströer Gruppe auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Die Darlehen sind zum größten Teil variabel verzinst. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand regelmäßig mit der möglichen Absicherung von Zinsänderungsrisiken durch den Einsatz von Festzinsderivaten 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 deren Innenfinanzierung abbildbar – prinzipiell über interne Darlehensbeziehungen im Rahmen von automatisiertem Cash-Pooling abgedeckt. Im Ausnahmefall werden auch Kreditlinien mit lokal ansässigen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Anforderungen Rechnung zu tragen. Diesem Leitgedanken entsprechend erfolgte die Finanzierung der Tochtergesellschaften auch im Jahr 2016 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

Aufgrund der erfreulichen Ergebnisentwicklung der gesamten Ströer Gruppe bei gleichzeitig nur moderat gestiegener Nettoverschuldung bewegte sich der dynamische Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 1,16 nur knapp über dem Vorjahr (Vj.: 1,11). Im Jahr 2016 haben die Ströer SE & Co. KGaA sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditauflagen und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

Zunehmend steigende Eigenkapitalanforderungen an die Banken wirken sich insbesondere auch auf das Kreditgeschäft aus. Daher beabsichtigen wir mittelfristig, unsere derzeit stark auf Banken ausgerichtete Finanzierungsstruktur zugunsten einer stärker kapitalmarktorientierten Verschuldung zu diversifizieren. Dafür werden wir wiederkehrend im Rahmen unseres Finanzierungsmanagements verschiedene alternative Finanzierungsoptionen (wie z. B. Begebung von Unternehmensanleihen) prüfen und dabei auch die weitere Optimierung des Fristigkeitsprofils unserer Finanzschulden berücksichtigen.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente hat der Ströer Konzern im Jahr 2016 nicht genutzt. Wir nutzen operatives Leasing primär zur Finanzierung unserer Firmenfahrzeuge. Aufgrund des geringen Umfangs hat das operative Leasing aber keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Die Ströer Gruppe hat ihre sehr erfreuliche Finanz- und Vermögenslage im vergangenen Geschäftsjahr auf hohem Niveau gefestigt und im Hinblick auf einzelne Finanzkennzahlen sogar weiter verbessert. So standen der Gruppe zum Stichtag allein aus dem neu abgeschlossenen Credit Facility Agreement freie Kreditlinien in Höhe von 371,4 Millionen Euro zur Verfügung, sodass sich einschließlich der Zahlungsmittel insgesamt freie Finanzierungsspielräume von 435,5 Millionen Euro (Vj.: 223,8 Millionen Euro) ergaben. Zudem stellte sich der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – mit 1,16 (Vj.: 1,11) trotz umfangreicher Investitionen im Jahr 2016 als weiterhin äußerst solide dar. Neben dieser langfristig gesicherten Außenfinanzierung legte auch die Innenfinanzierungskraft der Gruppe nochmals beachtlich zu. So konnte der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit von 190,3 Millionen Euro auf nunmehr 236,3 Millionen Euro gesteigert werden. Der Free Cash-Flow vor M&A belief sich auf 138,5 Millionen Euro (Vj.: 116,4 Millionen Euro). Schließlich zeigte sich auch die Eigenkapitalausstattung der Gruppe mit einer Quote von 38,2 Prozent als nach wie vor äußerst komfortabel. Alles in allem verfügt die Ströer Gruppe auch zum Ende des Geschäftsjahres 2016 über eine sehr ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage.

Finanzlage

In Mio. EUR	2016	2015
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	236,3	190,3
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	3,4	2,3
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-101,3	-76,3
Free Cash-Flow vor M&A	138,5	116,4
Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	-1,3	-0,2
Ein- und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	-138,9	-23,7
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-238,0	-97,9
Free Cash-Flow	-1,7	92,4
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	9,3	-82,0
Mittelveränderung	7,7	10,4
Mittelbestand am Ende der Periode	64,2	56,5

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Das starke operative Geschäft der Ströer Gruppe führte mit Blick auf den **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** zu einem neuen Höchstwert. Ausgangspunkt dieser positiven Entwicklung war in erster Linie das um 65,4 Millionen Euro auf 254,0 Millionen Euro beträchtlich verbesserte EBITDA der Gruppe. Leicht kompensiert wurde dieser Anstieg einerseits durch die um 5,3 Millionen Euro höheren Steuerzahlungen. Andererseits blieb auch der positive Effekt aus dem Working Capital um 10,8 Millionen Euro hinter dem Vorjahr zurück. Darüber hinaus enthielt das EBITDA erhöhte zahlungsunwirksame Effekte aus der Bildung von Rückstellungen im Hinblick auf die teilweise Schließung des Standorts in Darmstadt sowie aus der ertragswirksamen Auflösung von Earn-Out-Verbindlichkeiten. Nach Abzug dieser zahlungsunwirksamen Einflüsse belief sich der Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit auf überaus erfreuliche 236,3 Millionen Euro (Vj.: 190,3 Millionen Euro).

Der fortdauernde Wachstumskurs der Ströer Gruppe zeichnete sich darüber hinaus auch im **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** entsprechend ab. So bezifferten sich die Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen auf 101,3 Millionen Euro (Vj.: 76,3 Millionen Euro), wobei sich neben erhöhten Auszahlungen für Entwicklungen und Anschaffungen im Rahmen der Digitalisierung auch zusätzliche Investitionen in neue Werbeträger bemerkbar machten. Im Saldo ergab sich daraus ein **Free Cash-Flow vor M&A** in Höhe von 138,5 Millionen Euro (Vj.: 116,4 Millionen Euro). Unter Berücksichtigung der Auszahlungen für weitere Unternehmenserwerbe summierte sich der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit auf 238,0 Millionen Euro (Vj.: 97,9 Millionen Euro), womit sich ein **Free Cash-Flow** von insgesamt -1,7 Millionen Euro ergab (Vj.: 92,4 Millionen Euro).

Bezogen auf die vergangenen fünf Jahre hat Ströer damit kumuliert sämtliche Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen ebenso wie die Auszahlungen für Wachstumsprojekte und Unternehmenserwerbe vollständig aus dem Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abgedeckt. Vor diesem Hintergrund bleibt die starke Innenfinanzierungskraft unverändert eines der wesentlichen Merkmale der Ströer Gruppe – die auch im abgelaufenen Geschäftsjahr einmal mehr unter Beweis gestellt wurde.

Im **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** machten sich mit 48,3 Millionen Euro (Vj.: 26,9 Millionen Euro) zum einen die Auszahlungen an (nicht beherrschende) Gesellschafter bemerkbar, in denen neben der Ausschüttung einer Dividende an die Aktionäre der Ströer SE & Co. KGaA in Höhe von 38,7 Millionen Euro auch Auszahlungen für den Erwerb weiterer Anteile an bereits vollkonsolidierten Unternehmen enthalten waren. Zum anderen wurde der unter der bisherigen Kreditfazilität bestehende Term Loan (200,0 Millionen Euro) im Juni 2016 in Höhe von 70,0 Millionen Euro im Rahmen der Platzierung eines Schuldscheindarlehens sowie im Dezember 2016 in Höhe von 130,0 Millionen Euro im Zuge der Neustrukturierung der Kreditfazilität zurückgezahlt. Die Einzahlungen aus Kreditaufnahmen in Höhe

von 297,7 Millionen Euro ergaben sich aus den vorgenommenen Tilgungen sowie aus dem verbleibenden Finanzierungsbedarf im Rahmen der Expansionsstrategie. Wie im Vorjahr haben wir auch im Jahr 2016 vom Wahlrecht der Saldierung kurzfristiger Ein- und Auszahlungen im Sinne des IAS 7.22 in Verbindung mit IAS 7.23 A (c) Gebrauch gemacht.

Zum Ende des Geschäftsjahres ergab sich damit ein Bestand an **Zahlungsmitteln** in Höhe von 64,2 Millionen Euro (Vj.: 56,5 Millionen Euro), was einem Anstieg von 7,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht. Zusammen mit den darüber hinaus langfristig aus dem neu abgeschlossenen Credit Facility Agreement zur Verfügung stehenden freien Kreditlinien in Höhe von 371,4 Millionen Euro (Vj.: 167,3 Millionen Euro) schätzen wir die Liquiditätsausstattung der Ströer Gruppe als nach wie vor überaus komfortabel ein.

Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** der Ströer Gruppe bestand zum Jahresende 2016 zu rund 73 Prozent (Vj.: 76 Prozent) aus Eigen- und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten in Höhe von 474,0 Millionen Euro (Vj.: 357,9 Millionen Euro) sind auch weiterhin zu weit mehr als 100 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 283,8 Millionen Euro (Vj.: 241,7 Millionen Euro) sowie langfristig im Rahmen des Credit Facility Agreements zugesagte, freie Kreditlinien in Höhe von 371,4 Millionen Euro (Vj.: 167,3 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

Dabei summierten sich die kurz- und langfristigen **Finanzverbindlichkeiten** der Ströer Gruppe zum Stichtag auf insgesamt 518,0 Millionen Euro (Vj.: 351,0 Millionen Euro). Neben einem unverkennbaren Zugang bei den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren gleichzeitig auch erhöhte Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener EK-Instrumente sowie erhöhte Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben zu verzeichnen.

Die Ermittlung der **Nettoverschuldung**, des Operational EBITDA und damit auch des dynamischen Verschuldungsgrads folgt der internen Berichtsstruktur im Ströer Konzern. Vor diesem Hintergrund werden jene vier at-Equity-bilanzierten Unternehmen, an denen Ströer 50,0 Prozent der Anteile hält, unverändert wie in den Vorjahren anteilig in diese Kennzahlen einbezogen. Dementsprechend wurden diese drei Kennzahlen durch die Umstellung auf IFRS 11 wie in den Vorjahren nicht beeinflusst.

In Mio. EUR		31.12.2016	31.12.2015
(1)	Verbindlichkeiten aus Facility Agreement	215,1	261,1
(2)	Verbindlichkeiten aus Schuldscheindarlehen ¹⁾	144,5	0,0
(3)	Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener EK-Instrumente	115,3	56,5
(4)	Sonstige Finanzverbindlichkeiten	43,1	33,3
(1)+(2)+(3)+(4)	Summe Finanzverbindlichkeiten	518,0	351,0
(1)+(2)+(4)	Summe Finanzverbindlichkeiten ohne Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener EK-Instrumente	402,7	294,5
(5)	Liquide Mittel	64,2	56,5
(6)	Anpassung IFRS 11	8,3	6,7
(1)+(2)+(4)-(5)-(6)	Nettoverschuldung	330,3	231,2
Dynamischer Verschuldungsgrad		1,2	1,1
Eigenkapitalquote (in %)		38,2	46,2

¹⁾ Im Rahmen der Platzierung des Schuldscheindarlehens war die Auszahlung einer Tranche in Höhe von 25,0 Millionen Euro für den Oktober 2016 vorgesehen und an den Eintritt bestimmter Bedingungen geknüpft. Da diese Bedingungen nicht eingetreten sind, hat die Auszahlung wie vereinbart nicht stattgefunden.

Die Nettoverschuldung der Ströer Gruppe hat sich im Rahmen der weiteren Expansion gegenüber dem Vorjahr um 99,1 Millionen Euro auf 330,3 Millionen Euro erhöht. Im gleichen Zeitraum ist auch das Operational EBITDA entsprechend gestiegen, sodass der dynamische Verschuldungsgrad („Leverage Ratio“), der als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA definiert ist, zum Jahresende mit 1,16 nur marginal über dem Vorjahreswert liegt (Vj.: 1,11).

Im Zuge der Wachstumsstrategie haben die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** um 42,7 Millionen Euro auf 223,1 Millionen Euro zugelegt. Neben der erstmaligen Einbeziehung von neu erworbenen Unternehmen hat zugleich auch die erhöhte Investitionstätigkeit in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen zu diesem Anstieg beigetragen.

Ebenfalls beachtlich gestiegen sind die **Sonstigen Verbindlichkeiten**, die um 27,2 Millionen Euro auf 98,4 Millionen Euro zulegen. Dieser Effekt resultierte nahezu vollständig aus den neu erworbenen Unternehmen. Er war unter anderem den passivischen Abgrenzungen im Rahmen der Abonnement-Modelle dieser Gesellschaften geschuldet.

Das **Eigenkapital** der Ströer Gruppe hat im Berichtszeitraum um 20,2 Millionen Euro auf 659,7 Millionen Euro nachgegeben. Zwar konnte es einerseits von einem nochmals gestiegenen Konzernergebnis in Höhe von 71,9 Millionen Euro (Vj.: 58,8 Millionen Euro) profitieren. Jedoch wirkten sich andererseits die Ausschüttung der Dividende in Höhe von 38,7 Millionen Euro, die zusätzlichen Verbindlichkeiten zum Erwerb eigener Eigenkapitalinstrumente sowie die nachteiligen Währungskurseffekte aus unseren ausländischen Geschäftseinheiten eigenkapitalmindernd aus. Insgesamt entwickelte sich die Eigenkapitalquote damit rückläufig von 46,2 Prozent auf 38,2 Prozent.

Kosten der Kapitalstruktur

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 nach Ertragsteuern.

Vermögenslage

Konzernbilanz		
In Mio. EUR	31.12.2016	31.12.2015
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte	1.441,1	1.228,5
Kurzfristige Vermögenswerte	283,8	243,1
Bilanzsumme	1.724,9	1.471,6
Passiva		
Eigenkapital	659,7	679,9
Langfristige Verbindlichkeiten	591,2	433,8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	474,0	357,9
Bilanzsumme	1.724,9	1.471,6

Vermögensstrukturanalyse

Infolge der fortschreitenden Expansion ist die **Bilanzsumme** der Ströer Gruppe zum 31. Dezember 2016 auf 1.724,9 Millionen Euro angestiegen (Vj.: 1.471,6 Millionen Euro).

Der Zugang in der Bilanzsumme ist primär bedingt durch die Veränderungen in den **langfristigen Vermögenswerten**, die im Geschäftsjahr 2016 mit 1.441,1 Millionen Euro um 212,6 Millionen Euro höher ausgefallen sind. Namentlich entfiel der Anstieg, der weitgehend aus den zahlreichen M&A-Transaktionen herrührte, vor allem auf die immateriellen Vermögenswerte sowie die darin enthaltenen Goodwills. Daneben haben auch die Investitionen in das Sachanlagevermögen – insbesondere in neue Werbeträger – zum Anstieg beigetragen.

Die **kurzfristigen Vermögenswerte** verzeichneten einen Zuwachs von 40,7 Millionen Euro und bezifferten sich zum Stichtag auf 283,8 Millionen Euro. Zurückzuführen ist dieser Effekt in erster Linie auf die merklich gestiegenen sonstigen Vermögenswerte (+24,6 Millionen Euro) sowie auf höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (+16,3 Millionen Euro). Beide Positionen haben größtenteils aufgrund der erstmaligen Einbeziehung unserer neu erworbenen Unternehmen zugelegt. Dies gilt zudem auch für die Entwicklung der Vorräte (+14,2 Millionen Euro), von deren Anstieg allein 8,2 Millionen Euro aus der erstmaligen Einbeziehung der BHI Gruppe resultierten. Gegenläufig zeigten sich die finanziellen Forderungen (-21,2 Millionen Euro), in denen sich unter anderem die Begleichung von Forderungen aus Kaufpreisanpassungen (M&A) sowie von vertraglichen Ausgleichsforderungen bemerkbar gemacht haben.

Zum **Nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern. Hintergrund ist, dass nur solche Werbenutzungsrechte als immaterielle Vermögenswerte bilanziert werden, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben wurden. Auf der Absatzseite verfügen wir aufgrund unserer starken Marktposition darüber hinaus über ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist der größte Teil ebenfalls als nicht bilanziertes Vermögen einzustufen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen beliefen sich per 31. Dezember 2016 auf 1.028,0 Millionen Euro (Vj.: 1.005,2 Millionen Euro) und betrafen sowohl Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen als auch Miet- und Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren. Demgegenüber bestanden zum Stichtag keine Verpflichtungen aus im Jahr 2016 vertraglich vereinbarten und im Jahr 2017 vollzogenen Anteilsenserwerben an Unternehmen (Vj.: 77,9 Millionen Euro).

Ertragslage Segmente

Ströer Digital

In Mio. EUR	2016	2015	Veränderung in %	
Segmentumsatz, davon	514,8	243,5	271,4	>100%
Display	249,1	123,2	125,8	>100%
Video	105,4	91,0	14,4	15,8%
Transactional	160,4	29,3	131,1	>100%
Operational EBITDA	147,8	80,3	67,4	83,9%
Operational EBITDA-Marge	28,7%	33,0%	-4,3	Prozentpunkte

Das Segment Ströer Digital konnte seine Umsatzerlöse im abgelaufenen Geschäftsjahr deutlich über alle Produktgruppen hinweg weiter ausbauen. Dabei haben unsere Investitionen in andere digitale Geschäftsmodelle (wie z. B. Abonnement- und E-Commerce-Modelle), deren Umsatzbeiträge in die neue Produktgruppe Transactional eingehen, ebenfalls zum kräftigen Wachstum beigetragen. Vor dem Hintergrund der fortlaufenden Ergänzungs- und Erweiterungsinvestitionen sind die Segmentzahlen insgesamt jedoch nur bedingt mit den Vorjahreszahlen vergleichbar. Im Berichtszeitraum wurde die Integration und gezielte Restrukturierung der neu erworbenen Unternehmen weiter vorangetrieben. Dabei gelingt es immer wieder, sowohl auf der Umsatz- als auch auf der Kostenseite von Skalen- bzw. Synergie-Effekten zu profitieren.

Out-of-Home Deutschland

In Mio. EUR	2016	2015	Veränderung in %	
Segmentumsatz, davon	501,2	464,0	37,2	8,0%
Großformate	231,2	208,6	22,5	10,8%
Street Furniture	141,5	137,6	3,8	2,8%
Transport	61,1	54,5	6,6	12,1%
Sonstige	67,4	63,3	4,2	6,6%
Operational EBITDA	137,1	124,5	12,6	10,1%
Operational EBITDA-Marge	27,4%	26,8%	0,5	Prozentpunkte

Für die Berichterstattung über die einzelnen Segmente in der Ströer Gruppe gilt der Management-Ansatz im Sinne des IFRS 8, wonach die externe Segmentberichterstattung der internen Berichtsstruktur folgen soll. Die interne Berichtsstruktur des Ströer Konzerns basiert auf dem Konzept der anteiligen Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen. Vor diesem Hintergrund gehen die Ergebnisbeiträge von vier Gemeinschaftsunternehmen trotz der Änderungen des IFRS 11 wie schon in den Vorjahren zu 50 Prozent in die in diesem Abschnitt gezeigten Kennzahlen des Segments Out-of-Home Deutschland ein. Die übrigen Segmente bleiben von diesem Ansatz unberührt, da in deren Portfolio keine Gemeinschaftsunternehmen enthalten sind.

Das Geschäftsjahr 2016 war für das Segment OOH Deutschland von einer anhaltend hohen Dynamik geprägt. Infolge dieser erfreulichen Geschäftsentwicklung konnte das Segment für den abgelaufenen Berichtszeitraum ein Umsatzwachstum um 37,2 Millionen Euro auf 501,2 Millionen Euro vermelden.

Mit Blick auf die Produktgruppen konnte in allen Bereichen des Segments ein positives Wachstum verzeichnet werden, wenngleich der Anstieg bei einzelner Betrachtung sehr unterschiedlich ausfiel. Besonders erfreulich entwickelte sich der Umsatz bei den **Großformaten**. In dieser Produktgruppe, die sowohl nationale wie auch regionale und lokale Kundengruppen adressiert, konnten vor allem aufgrund der unvermindert robusten Nachfrage nach klassischen großformatigen Außenwerbeprodukten deutliche Zuwächse erzielt werden. Flankierend

wirkten sich dabei zum einen eine Reihe von gezielten Maßnahmen im nationalen Vertrieb, zum anderen aber auch der Ausbau der regionalen Vertriebsorganisation spürbar positiv aus. In Summe konnte der Umsatz damit von 208,6 Millionen Euro auf 231,2 Millionen Euro verbessert werden. Der Bereich der **Street Furniture**, dessen Fokus eher auf nationale und internationale Kunden ausgerichtet ist, musste im Zuge unterjähriger Nachfrageschwankungen einiger Großkunden vorübergehende Einbußen hinnehmen. Dies galt insbesondere im Hinblick auf zwei sportliche Großereignisse im vergangenen Sommer (Fußball-Europameisterschaft, Olympische Spiele), in deren Umfeld die Nachfrage nationaler Werbungtreibender traditionell eher verhalten ausfällt. Bezogen auf das Gesamtjahr konnten die Street Furniture dennoch ein Umsatzplus um 3,8 Millionen Euro auf 141,5 Millionen Euro verzeichnen. Im Bereich **Transport** stiegen die Umsätze auf Jahressicht um 6,6 Millionen Euro auf 61,1 Millionen Euro, wobei die Zugewinne vorrangig aus dem Geschäft mit lokalen Kunden herrührten. Bedingt durch das zunehmende Geschäft mit vielen kleinen, lokalen Kunden kletterte zudem auch der Umsatz in der Produktgruppe **Sonstige** merklich von 63,3 Millionen Euro auf 67,4 Millionen Euro. Speziell bei diesen Kundengruppen werden traditionell mehr Full-Service Leistungen – inklusive der Produktion der Werbematerialien – nachgefragt als bei großen überregionalen oder nationalen Kunden.

Im Zuge der umfangreichen Ausweitung der Geschäftstätigkeit sind auch die **Umsatzkosten** im Segment sichtbar angestiegen. Namentlich resultierte dieser Anstieg vorwiegend aus den umsatzbedingt höheren Pachtaufwendungen, den gestiegenen Bewirtschaftungskosten sowie den höheren Produktionskosten. Insgesamt zog das **Operational EBITDA** unverkennbar um 12,6 Millionen Euro auf 137,1 Millionen Euro an. Die **Operational EBITDA-Marge** bewegte sich trotz anhaltender, substanzieller Investitionen in einen ausgeweiteten Lokalvertrieb unter anderem aufgrund eines anhaltend strikten Kostenmanagements mit 27,4 Prozent (Vj.: 26,8 Prozent) ebenfalls über Vorjahresniveau.

Out-of-Home International

In Mio. EUR	2016	2015	Veränderung in %	
Segmentumsatz, davon	135,6	142,8	-7,2	-5,1%
Großformate	110,2	114,5	-4,3	-3,7%
Street Furniture	19,0	20,3	-1,4	-6,7%
Sonstige	6,4	8,0	-1,6	-20,1%
Operational EBITDA	21,2	25,0	-3,8	-15,1%
Operational EBITDA-Marge	15,7%	17,5%	-1,9	Prozentpunkte

Im Segment OOH International sind unsere türkischen und polnischen Außenwerbeaktivitäten sowie das in der BlowUP-Gruppe gebündelte westeuropäische Riesenpostergeschäft zusammengefasst.

Der Segmentumsatz ist im abgelaufenen Geschäftsjahr um 7,2 Millionen Euro auf 135,6 Millionen Euro zurückgegangen. Wesentliche Ursachen dafür waren insbesondere die angespannte politische Lage und die Terroranschläge in der Türkei, in deren Folge sowohl die Türkische Lira als auch der türkische Werbemarkt erheblich unter Druck geraten sind. Beide Effekte haben sich dementsprechend nachteilig auf unsere in Euro ausgewiesenen **Umsatzerlöse** ausgewirkt. Des Weiteren bewegten sich auch die Umsatzerlöse in Polen bedingt durch das nach wie vor herausfordernde Marktumfeld knapp unter Vorjahresniveau. Leicht kompensiert wurde diese Entwicklung lediglich durch die Umsatzzuwächse im Riesenpostergeschäft der BlowUP-Gruppe.

Ausgehend vor allem von der Schwäche der Türkischen Lira haben auch die **Umsatzkosten** weiter nachgegeben. Im Saldo erwirtschaftete das Segment ein **Operational EBITDA** von 21,2 Millionen Euro (Vj.: 25,0 Millionen Euro) und eine **Operational EBITDA-Marge** von 15,7 Prozent (Vj.: 17,5 Prozent).

ANGABEN ZUR STRÖER SE & CO. KGAA

Der Lagebericht der Ströer SE & Co. KGaA (vormals: Ströer SE) und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2016 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 Bundesanzeiger offengelegt.

Beschreibung der Gesellschaft

Die Ströer SE & Co. KGaA 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, Forschung und 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 SE & Co. KGaA.

Ertragslage

Der Jahresüberschuss der Ströer SE & Co. KGaA war im Geschäftsjahr 2016 im Wesentlichen von zwei gegenläufigen Effekten gekennzeichnet. Während das operative Geschäft sich in den meisten Bereichen der Ströer Gruppe äußerst positiv entwickelte und damit auch das Ergebnis aus konzerninternen Ergebnisabführungen mit 122,0 Millionen Euro (Vj.: 89,5 Millionen Euro) erheblich gesteigert werden konnte, wirkten sich insbesondere außerplanmäßige Abschreibungen im Hinblick auf unsere türkische Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul (Türkei), in Höhe von insgesamt 39,7 Millionen Euro spürbar nachteilig aus. Darüber hinaus haben auch die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag deutlich auf 9,1 Millionen Euro (Vj.: 0,6 Millionen Euro) zugelegt, sodass sich der **Jahresüberschuss** letztendlich mit 36,5 Millionen Euro zwar auf einem sehr hohen Niveau behaupten, jedoch nicht an das überragende Ergebnis des Vorjahres in Höhe von 47,1 Millionen Euro heranreichen konnte.

In TEUR	2016	2015
Umsatzerlöse	19.725	0
Andere aktivierte Eigenleistungen	0	31
Sonstige betriebliche Erträge	2.611	19.755
Materialaufwand	-775	0
Personalaufwand	-24.381	-23.116
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-6.382	-7.863
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-23.034	-29.632
Erträge aus Beteiligungen	695	890
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Aufwendungen aus Verlustübernahme	122.038	89.531
Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	3.592	1.395
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-42.724	0
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge sowie Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-5.659	-3.263
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-9.081	-561
Ergebnis nach Steuern	36.624	47.167
Sonstige Steuern	-134	-27
Jahresüberschuss	36.490	47.140
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	20.000	20.000
Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen	10.000	0
Bilanzgewinn	66.490	67.140

Im Rahmen der Einführung des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) wurde die Definition der Umsatzerlöse im Sinne des § 275 HGB deutlich erweitert. Vor diesem Hintergrund war der größte Teil der bisher als sonstige betriebliche Erträge ausgewiesenen Geschäftsvorfälle der Ströer SE & Co. KGaA im Geschäftsjahr 2016 erstmals als Umsatzerlöse auszuweisen. Eine Anpassung der Vorjahreszahlen ist in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften nicht erfolgt.

Die Ströer SE & Co. KGaA erzielte im Berichtsjahr **Umsatzerlöse** in Höhe von 19,7 Millionen Euro. Im Vorjahr waren Geschäftsvorfälle mit einem Volumen von 17,6 Millionen Euro in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten, die nach neuer Definition als Umsatzerlöse auszuweisen wären. Wesentliche Ursache für den Anstieg um 2,1 Millionen Euro waren die weitere Expansion der gesamten Gruppe sowie die damit zusammenhängenden umfangreicheren konzerninternen Serviceleistungen. Im **Personalaufwand** verzeichnete die Gesellschaft hingegen nur einen leichten Zuwachs von 1,3 Millionen Euro auf 24,4 Millionen Euro. Auch bei den **Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen** ergaben sich keine nennenswerten Veränderungen, sodass der Saldo mit 6,4 Millionen Euro nur leicht unter dem Vorjahresniveau schloss (Vj.: 7,9 Millionen Euro). Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen**, die im Vorjahr noch von gestiegenen Rechts-, Beratungs- und Restrukturierungskosten geprägt waren, zeigten im Geschäftsjahr 2016 ebenfalls eine rückläufige Tendenz und summierten sich insgesamt noch auf 23,0 Millionen Euro (Vj.: 29,6 Millionen Euro).

Im Zuge der nochmals verbesserten operativen Geschäftstätigkeit und der weiteren Expansion der Ströer Gruppe sind die **Ergebnisabführungen** (Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Aufwendungen aus Verlustübernahmen) erneut sichtbar von 89,5 Millionen Euro auf 122,0 Millionen Euro gestiegen.

Mit Blick auf die **Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens** belief sich der Saldo zum Stichtag auf 3,6 Millionen Euro (Vj.: 1,4 Millionen Euro). Ursächlich für den Anstieg war hauptsächlich das unterjährig zeitweise deutlich ausgeweitete Volumen konzerninterner Darlehen im Rahmen der Expansion der Ströer Gruppe. Korrespondierend dazu hat auch das **Zinsergebnis** (sonstige Zinsen und ähnliche Erträge sowie Zinsen und ähnliche Aufwendungen), das die Refinanzierungskosten der Ströer SE & Co. KGaA für zusätzlich am Kapitalmarkt aufgenommene finanzielle Mittel reflektiert, gegenüber dem Vorjahr auf 5,7 Millionen Euro zugelegt (Vj.: 3,3 Millionen Euro). Hinsichtlich der **Abschreibungen auf Finanzanlagen** musste die Gesellschaft einen signifikanten Anstieg auf 42,7 Millionen Euro (Vj.: 0,0 Millionen Euro) hinnehmen. Diese Wertminderungen bezogen sich nahezu vollständig auf den Beteiligungsbuchwert an der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul (Türkei), sowie auf ein an diese Tochtergesellschaft ausgereichtes Darlehen. Die Abwertung war im Zuge der angespannten politischen Lage und der Terroranschläge in der Türkei notwendig geworden, in deren Folge sowohl die Türkische Lira als auch der türkische Werbemarkt erheblich unter Druck geraten waren.

Die deutlich verbesserte operative Geschäftstätigkeit der gesamten Organschaft hat sich dementsprechend auch in den **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** der Gesellschaft niedergeschlagen und damit einen beträchtlichen Anstieg auf nunmehr 9,1 Millionen Euro (Vj.: 0,6 Millionen Euro) nach sich gezogen. Zu detaillierten Ausführungen im Hinblick auf die latenten Steuern verweisen wir auf Abschnitt C.7 im Anhang der Ströer SE & Co. KGaA.

Vermögens- und Finanzlage

Die Ströer SE & Co. KGaA verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr eine um 317,6 Millionen Euro auf 1.366,7 Millionen Euro gestiegene Bilanzsumme. Dieser Anstieg entfiel mit 344,7 Millionen Euro auf Forderungen gegen verbundene Unternehmen. In diesem Zusammenhang hatte sich einerseits die Ausreichung zusätzlicher Liquidität an verschiedene Tochtergesellschaften im Rahmen der Expansionsstrategie bemerkbar gemacht. Andererseits beruhte der Anstieg auf Verschiebungen zwischen der Ströer SE & Co. KGaA und ihrer Tochtergesellschaft Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, im Zuge der Neustrukturierung des Facility Agreements. Auf der Passivseite der Bilanz spiegeln sich diese Veränderungen vornehmlich in den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sowie in den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen wider.

In TEUR	2016	2015
Aktiva		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	18.605	13.247
Finanzanlagen	860.531	886.205
	879.137	899.451
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	478.818	143.941
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.813	1.050
	480.632	144.991
Rechnungsabgrenzungsposten	6.909	4.662
Bilanzsumme	1.366.678	1.049.105
Passiva		
Eigenkapital	848.449	850.657
Rückstellungen		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	14	20
Steuerrückstellungen	20.304	11.215
Sonstige Rückstellungen	11.663	9.310
	31.981	20.545
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	360.374	64.485
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	8.911	8.385
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	116.963	90.362
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0	5.500
	486.248	168.732
Passive latente Steuern	0	9.171
Bilanzsumme	1.366.678	1.049.105

Vermögensstrukturanalyse

Bei den **Immateriellen Vermögensgegenständen und Sachanlagen** wurden die laufenden Abschreibungen im Geschäftsjahr 2016 vor allem durch Zugänge bei den Nutzungsrechten und Lizenzen sowie in der Betriebs- und Geschäftsausstattung überkompensiert. Im Saldo ergab sich damit ein Anstieg in Höhe von 5,4 Millionen Euro auf 18,6 Millionen Euro.

Rückläufig entwickelten sich demgegenüber die in den Finanzanlagen enthaltenen **Anteile an verbundenen Unternehmen**, die mit 783,9 Millionen Euro um 27,5 Millionen Euro unter dem Wert des Vorjahres lagen. Ausgangspunkt dieser Entwicklung waren die angespannte politische Lage und die Terroranschläge in der Türkei, in deren Folge sowohl die Türkische Lira als auch der türkische Werbemarkt erheblich unter Druck geraten waren, sodass eine Abwertung des Beteiligungsbuchwerts an der türkischen Tochtergesellschaft Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul (Türkei) in Höhe von 26,7 Millionen Euro erforderlich wurde.

Die in den Finanzanlagen enthaltenen **Ausleihungen an verbundene Unternehmen** bewegten sich zum Stichtag mit 74,1 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau (Vj.: 74,5 Millionen Euro). Zwar war das Volumen der Ausleihungen durch unterjährige Auszahlungen zeitweise deutlich angestiegen, da die Ströer SE & Co. KGaA ihren Tochtergesellschaften im Rahmen der Expansionsstrategie entsprechende finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt hatte, jedoch wurden diese Ausleihungen später in den konzernweiten Cash-Pool überführt und seither als Forderungen gegen verbundene Unternehmen ausgewiesen. Zudem hatte auch die oben beschriebene Abwertung des Darlehens an unsere türkische Tochtergesellschaft in Höhe von 13,0 Millionen Euro einen kompensierenden Effekt.

In Bezug auf die **Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände** verzeichnete die Gesellschaft substanzielle Zugänge in Höhe von 334,9 Millionen Euro auf 478,8 Millionen Euro. Von diesem Anstieg entfiel ein wesentlicher Teil auf die Ausreichung zusätzlicher Liquidität an Tochtergesellschaften zur weiteren Finanzierung der Expansionsstrategie der Gruppe. Zudem hatte die Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, ihre Bankverbindlichkeiten vor dem Hintergrund des neu strukturierten Facility Agreements vollständig zurückgeführt und die dafür benötigte Liquidität von der Muttergesellschaft erhalten, die ihrerseits eine dementsprechend höhere konzerninterne Forderung (130 Millionen Euro) bzw. niedrigere konzerninterne Verbindlichkeit (70 Millionen Euro) verzeichnete. Gleichzeitig fielen auch die Forderungen aus Ergebnisabführungen maßgeblich höher aus als noch im Vorjahr.

Die **Guthaben bei Kreditinstituten** bewegten sich zum 31. Dezember 2016 mit 1,8 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau (Vj.: 1,1 Millionen Euro).

Der **Rechnungsabgrenzungsposten** bezifferte sich zum Stichtag auf 6,9 Millionen Euro, was einem Zugang gegenüber dem Vorjahr von 2,2 Millionen Euro entspricht. Wesentliche Ursache für diesen Anstieg waren die im Dezember 2016 angefallenen Kosten im Rahmen der Anpassung des Credit Facility Agreements, die fortan über die Laufzeit der neuen Refinanzierung abgrenzt werden.

Finanzstrukturanalyse

Das **Eigenkapital** der Ströer SE & Co. KGaA bewegte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr trotz der nachteiligen Sondereffekte aus einmaligen Wertminderungen mit 848,4 Millionen Euro etwa auf Vorjahresniveau (Vj.: 850,7 Millionen Euro). Dabei hat sich einerseits der Jahresüberschuss in Höhe von 36,5 Millionen Euro (Vj.: 47,2 Millionen Euro) eigenkapitalerhöhend ausgewirkt, während andererseits die Ausschüttung der Dividende in Höhe von 38,7 Millionen Euro einen mindernden Effekt hatte. Die Eigenkapitalquote ging aufgrund der deutlich höheren Bilanzsumme zwar von 81,1 Prozent auf nunmehr 62,1 Prozent zurück, sie bewegt sich damit aber weiterhin auf einem äußerst komfortablen Niveau.

Die Entwicklung der **Rückstellungen** war vor allem von einem sichtbaren Anstieg der Steuerrückstellungen gekennzeichnet, die sich infolge der merklich verbesserten operativen Geschäftstätigkeit innerhalb der Organschaft signifikant um 9,1 Millionen Euro auf 20,3 Millionen Euro erhöht haben. Demgegenüber waren die übrigen Bewegungen in den Rückstellungen von lediglich untergeordneter Bedeutung, sodass die Rückstellungen in Summe von 20,5 Millionen Euro auf 32,0 Millionen Euro zugelegt haben.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** bezifferten sich zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres auf 360,4 Millionen Euro (Vj.: 64,5 Millionen Euro). Dieser Jahresendsaldo setzte sich aus dem im Juni 2016 neu platzierten Schuldscheindarlehen sowie aus den Verbindlichkeiten unter dem Credit Facility Agreement zusammen. Maßgeblich für den Anstieg in Höhe von 295,9 Millionen Euro war insbesondere die Übernahme einer bisher bei der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, ausgewiesenen Verbindlichkeit gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 200,0 Millionen Euro. Diese Verbindlichkeit wurde im Rahmen der Anpassung des Credit Facility Agreements durch die Ströer SE & Co. KGaA abgelöst. Hinsichtlich näherer Details zum verbleibenden Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten verweisen wir auf unsere Liquiditätsanalyse im nachfolgenden Abschnitt.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** und die **Sonstigen Verbindlichkeiten** haben sich gegenüber dem Vorjahr nur marginal um 0,5 Millionen Euro auf 8,9 Millionen Euro erhöht.

→ Wir verweisen auf unsere Ausführungen zu den Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen in der Vermögensstrukturanalyse.

Über dem Vorjahr bewegten sich mit 117,0 Millionen Euro (Vj.: 90,4 Millionen Euro) auch die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen**. Hintergrund waren zum einen die Bestände an liquiden Mitteln bei Tochtergesellschaften, die diese zur Optimierung der Konzernrefinanzierung über das Cash-Pooling bei der Ströer SE & Co. KGaA angelegt haben. Zum anderen beruhte der Anstieg auch auf Verlustübernahmen im Rahmen von Ergebnisabführungsverträgen. Gegenläufig wirkte sich die Neustrukturierung des Facility Agreements aus.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht**, enthielten im Vorjahr mit 5,5 Millionen Euro ausschließlich eine Verbindlichkeit gegenüber der X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover. Diese Verbindlichkeit wurde inzwischen zurückgeführt.

Liquiditätsanalyse

In Mio. EUR	2016	2015
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	51,9	17,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-57,2	-33,3
Free Cash-Flow	-5,4	-15,7
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	6,1	2,4
Mittelveränderung	0,8	-13,3
Mittelbestand am Ende der Periode	1,8	1,1

Die Ströer SE & Co. KGaA erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen **Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit** in Höhe von 51,9 Millionen Euro (Vj.: 17,5 Millionen Euro). Besonders positiv bemerkbar machte sich in diesem Zusammenhang die im Jahr 2016 erhaltene Einzahlung aus Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, in Höhe von 92,7 Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2015 (Vj.: 46,9 Millionen Euro). Diese erhöhte Einzahlung wurde jedoch durch mehrere gegenläufige Effekte teilweise kompensiert, sodass sich der Anstieg im Cash-Flow letztlich noch auf 34,4 Millionen Euro bezifferte.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** war im Geschäftsjahr 2016 wie schon im Vorjahr durch konzerninterne Darlehensauszahlungen zur Finanzierung des weiteren Wachstums der Ströer Gruppe geprägt. Diesen Auszahlungen standen jedoch – verglichen mit dem Vorjahr – deutlich niedrigere Einzahlungen von Tochtergesellschaften aus der Tilgung konzerninterner Darlehen gegenüber, sodass sich der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit insgesamt auf einen Auszahlungssaldo von 57,2 Millionen Euro (Vj.: 33,3 Millionen Euro) summierte.

Neben den Auszahlungen für konzerninterne Darlehen hat die Ströer SE & Co. KGaA ihren Tochtergesellschaften auch im Rahmen des konzernweiten Cash-Poolings die benötigte Liquidität für weiteres Wachstum zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus hat sie ihren Aktionären im Geschäftsjahr 2016 eine Dividende in Höhe von 38,7 Millionen Euro ausgeschüttet. Die Finanzierung dieser Auszahlungen erfolgte einerseits durch Einzahlungen anderer Tochtergesellschaften im Rahmen des Cash-Poolings sowie andererseits durch die zusätzliche Inan-

spruchnahme der bestehenden Kreditlinien unter der Kreditfazilität. Insgesamt belief sich der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** damit auf 6,1 Millionen Euro (Vj.: 2,4 Millionen Euro).

Die Position **Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten** lag zum Bilanzstichtag mit 1,8 Millionen Euro um 0,8 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

Das **Nettofinanzvermögen** der Ströer SE & Co. KGaA setzte sich wie folgt zusammen:

In Mio. EUR	31.12.2016	31.12.2015
(1) Forderungen gegen verbundene Unternehmen	470,7	126,0
(2) Ausleihungen an verbundene Unternehmen	74,1	74,5
(3) Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1,8	1,1
(1)+(2)+(3) Summe Finanzvermögen	546,5	201,5
(4) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	360,4	64,5
(5) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	117,0	90,4
(4)+(5) Summe Finanzverbindlichkeiten	477,3	154,8
(1)+(2)+(3)-(4)-(5) Nettofinanzvermögen	69,2	46,7
Eigenkapitalquote (in %)	62,1	81,1

Die Ströer SE & Co. KGaA verfügte zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres über ein Nettofinanzvermögen in Höhe von 69,2 Millionen Euro und konnte damit nochmals einen spürbaren Anstieg um 22,5 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr vermelden. Zurückzuführen war diese erfreuliche Entwicklung auf den unvermindert anhaltenden Aufwärtstrend im operativen Geschäft der Ströer Gruppe und die damit zusammenhängende Ergebnisabführung der Tochtergesellschaften. Insgesamt verfügt die Gesellschaft damit weiterhin über ein positives Nettofinanzvermögen und eine äußerst stabile Finanzstruktur.

Die Ströer SE & Co. KGaA ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung der gesamten Ströer Gruppe verbunden. Aufgrund der komfortablen Eigenkapitalquote und der weiterhin sehr positiven Ergebnisse ihrer Tochtergesellschaften ist die Gesellschaft nach unserer Überzeugung ebenso wie die gesamte Gruppe für zukünftige Herausforderungen bestens aufgestellt.

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

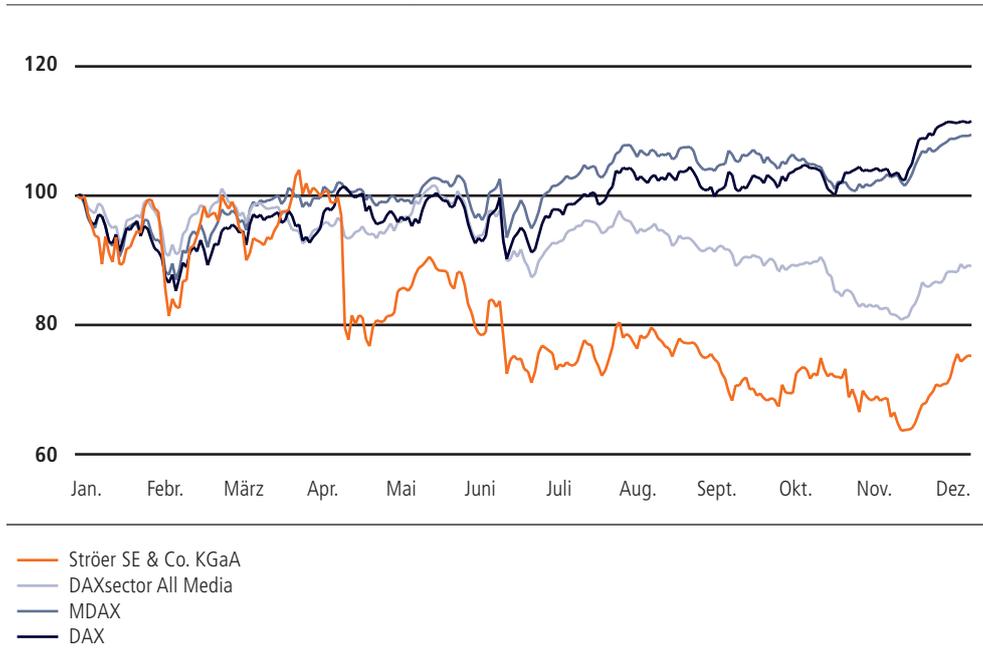
Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer SE & Co. KGaA hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns dargestellten Entwicklung der Ertragslage für das Jahr 2017 davon aus, dass die Tochtergesellschaften insgesamt noch deutlich höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften und die Ströer SE & Co. KGaA damit zukünftig Jahresergebnisse auf einem noch höheren Niveau erzielen wird.

INFORMATIONEN ZUR AKTIE

Die Entwicklung des deutschen Aktienmarktes war im Jahr 2016 höchst unbeständig. Nachdem der DAX zu Jahresbeginn mit 10.486 Punkten gestartet war, erreichte dieser im Februar den Jahrestiefstand von 8.753 Punkten. Dämpfend auf den deutschen Aktienmarkt wirkten sich auch enttäuschende Konjunkturdaten aus China sowie das Brexit-Votum in Großbritannien aus. Bis zum Jahresende erholte sich der Aktienmarkt jedoch deutlich. Am letzten Handelstag des Jahres erreichte der DAX einen Jahreshöchststand von 11.481 Punkten (Vj.: 10.743), was einem Anstieg von zirka 6,9 Prozent entspricht.

Der DAXsector All Media Index konnte sich dieser positiven Entwicklung jedoch nicht anschließen und verlor im Jahresverlauf insgesamt um 12,4 Prozent. Diesem Negativtrend konnte sich auch die Ströer Aktie nicht entziehen und musste im Jahr 2016 insgesamt einen Kursverlust von 28 Prozent hinnehmen, obwohl der Kurs sich zum Jahresende wieder deutlich erholen konnte.

Die Ströer Aktie im Jahr 2016 im Index-Vergleich



Quelle: Bloomberg

Gezielte Investor Relations

Unser Ziel ist es, durch kontinuierlichen und persönlichen Kontakt mit Analysten, Investoren sowie interessierten Kapitalmarktteilnehmern einen vertrauensbildenden und transparenten Dialog zu gewährleisten. Durch Roadshows, Meetings in unserer Konzernzentrale sowie regelmäßigen telefonischen Kontakt informieren wir über aktuelle Entwicklungen. Der aktive Dialog mit den Kapitalmarktteilnehmern trägt außerdem zur Optimierung unserer Investor-Relations-Arbeit bei, um einen nachhaltigen Shareholder Value zu garantieren. Wir werten fortlaufend unsere Aktionärsstruktur aus und passen unsere Roadshow-Ziele daran an. Im Berichtsjahr waren dies insbesondere Frankfurt am Main, London und New York. In regelmäßigen Abständen besuchen wir auch Paris, Zürich, Skandinavien sowie die Westküste der USA. Darüber hinaus veranstalten wir Capital Market Days, Analyst Days oder Lender Days, um individuelle Fragestellungen aus unterschiedlichen Perspektiven des Kapitalmarktes zu adressieren. Außerdem schätzen wir den persönlichen Dialog mit Privataktionären, den wir auch durch unsere Teilnahme an öffentlich zugänglichen Aktionärsforen intensiv wahrnehmen.

Weiteres zentrales Kommunikationsmittel ist unsere Website www.stroer.com, auf der wir zeitnah kapitalmarktrelevante Informationen und Dokumente zur Verfügung stellen.

→ Alle Informationen finden Sie auf der Homepage unter: www.stroer.com/investor-relations

Ordentliche Hauptversammlung

Am 23. Juni 2016 fand die ordentliche Hauptversammlung der Ströer SE & Co. KGaA im Congress-Centrum der Koelnmesse mit rund 170 Anteilseignern, Gästen und Vertretern der Presse statt. Insgesamt waren 42 Millionen Stückaktien vertreten. Alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands wurden angenommen. Hierzu zählte auch die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,70 Euro pro dividendenberechtigte Stückaktie.

Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer SE & Co. KGaA ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und wird im Index MDAX gelistet. Auf Basis des Schlusskurses vom 30. Dezember 2016 beträgt die Marktkapitalisierung rund 2,31 Milliarden Euro. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen lag 2016 bei gut 250.000 Stück.

Analystenstudien

Die Ströer SE & Co. KGaA wird von 13 Analystenteams begleitet. Von den Einschätzungen zum Ende der zwölfmonatigen Berichtsperiode dieses Jahres lauten zwölf „Kaufen“ und eine „Halten“.

Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter www.stroeer.com/investor-relations eingesehen und der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investmentbank	Empfehlung*
Bankhaus Lampe	Kaufen
Citigroup Global Markets	Kaufen
Commerzbank	Kaufen
Deutsche Bank	Kaufen
Hauck & Aufhäuser	Kaufen
Jefferies	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
KeplerCheuvreux	Kaufen
Liberum	Kaufen
MainFirst	Kaufen
Morgan Stanley	Kaufen
NordLB	Kaufen
Oddo Seydler	Halten

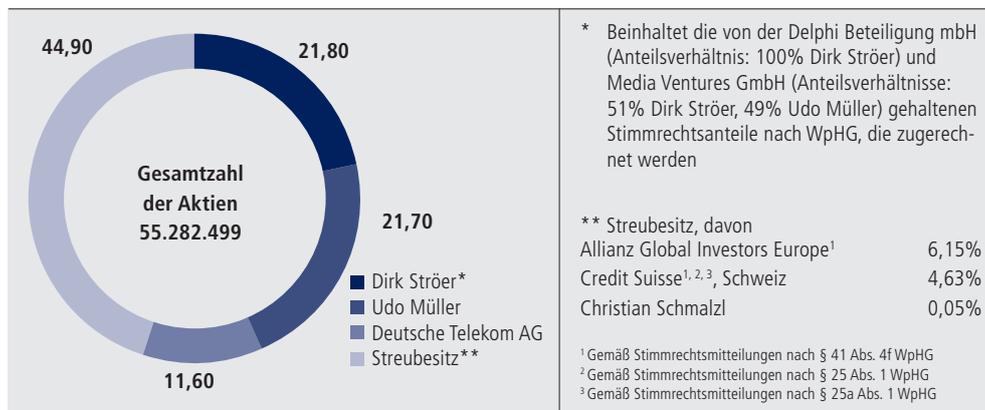
*Stand 30.12.2016

Aktionärsstruktur

Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 21,70 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, hält 21,80 Prozent und Christian Schmalzl (COO) hält rund 0,05 Prozent der Aktien an der Ströer SE & Co. KGaA. Der Streubesitz beträgt rund 45 Prozent. Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts am 14. März 2017 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer SE & Co. KGaA von über 3 Prozent bekannt: Deutsche Telekom AG 11,60 Prozent, Allianz Global Investors Europe 6,15 Prozent, Credit Suisse 4,63 Prozent.

Aktionärsstruktur der Ströer SE & Co. KGaA

Stand 30.12.2016 in %



Dividendenpolitik

Im abgelaufenen Berichtsjahr hat die Ströer SE & Co. KGaA eine 0,70-Euro-Dividende pro dividendenberechtigte Stückaktie ausgeschüttet. Die Ströer SE & Co. KGaA beabsichtigt, die Aktionäre weiterhin an einer erfolgreichen Gewinnentwicklung zu beteiligen.

Kenndaten der Ströer SE & Co. KGaA Aktie	
Grundkapital	55.282.499 EUR
Anzahl der Aktien	55.282.499
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
Erstnotierung	15. Juli 2010
ISIN (International Securities Identification Number)	DE0007493991
WKN (Wertpapierkennnummer)	749399
Börsenkürzel	SAX
Tickersymbol Reuters	SAXG.DE
Tickersymbol Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Prime Standard
Index	MDAX
Designated Sponsor	Oddo Seydler Bank AG
Jahresanfangskurs 2016 (4. Januar)	57,35 EUR
Jahresendkurs 2016 (30. Dezember)*	41,71 EUR
Höchstkurs 2016 (4. April)*	57,57 EUR
Tiefstkurs 2016 (1. Dezember)*	35,14 EUR

*XETRA-Schlusskurs in EUR

MITARBEITER

Engagierte, verlässliche und kompetente Beschäftigte sind die Grundlage für den Erfolg, für Innovationsfähigkeit und Wertsteigerung der Ströer Gruppe. Unsere Mitarbeiter zeichnen sich durch eine überdurchschnittliche Leistungsbereitschaft aus. In der Ströer Gruppe sollen sich Mitarbeiter als Individuen einbringen können, um auf diese Weise mit Leidenschaft, Verantwortung und Respekt das Unternehmen noch erfolgreicher zu machen.

Wir setzen auf Ausgewogenheit in der Belegschaft. In einer Kultur der Wertschätzung sollen Frauen wie Männer ihre beruflichen Ziele weiterentwickeln und verfolgen können. Daher sind wir Gründungsmitglied des Kölner Bündnisses „Mit Frauen in Führung“.

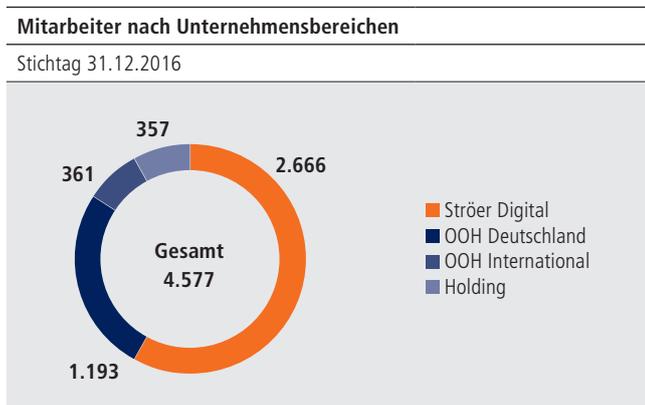
Der demographische Wandel und die vielfältigen Erwartungshaltungen von Bewerbern und jungen Absolventen führen zu stetig steigenden Anforderungen im Hinblick auf die Rekrutierung und interne Entwicklung von geeigneten Mitarbeitern, gerade auch für zukünftige Führungsaufgaben. Durch diverse Präsenzen auf Karrieremessen werden kontinuierlich „Macher“ identifiziert und die Arbeitgebermarke wird durch Employer Branding gestärkt.

Ströer möchte sicherstellen, dass Mitarbeiter sich langfristig an das Unternehmen binden und sich mit ihm identifizieren. Entsprechend großen Wert legt Ströer darauf, die Attraktivität als Arbeitgeber über eine nachhaltige Personalpolitik und flexible Arbeitszeitmodelle zu gewährleisten. Wir sind der Ansicht, dass hierdurch die Effizienz der Mitarbeiter und die Zufriedenheit wesentlich gesteigert werden können. Auch der betriebsinterne Kindergarten für Kinder unter drei Jahren in der Konzernzentrale und die Kantine werden sehr gerne genutzt.

Beschäftigungssituation

Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Jahresende 4.577 (Vj.: 3.270) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeitbeschäftigung. Der Anstieg von 1.307 Mitarbeitern verteilt sich über fast alle Segmente, insbesondere aber auf den Digitalbereich. Im Bereich Out-of-Home ergibt sich eine steigende Tendenz durch den weiteren Aufbau unserer regionalen Vertriebsstruktur.



Betriebszugehörigkeit

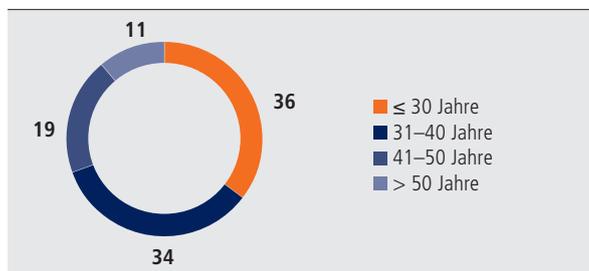
Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 5,6 Jahre (Vj.: 6,5 Jahre) im Ströer Konzern beschäftigt. Der Rückgang ist durch das Mitarbeiterwachstum im Unternehmensbereich Digital zu erklären, in welchem sich überwiegend Unternehmen befinden, die erst vor wenigen Jahren gegründet wurden.

Altersverteilung

Wir verfügen über eine ausgewogene Altersstruktur. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme an uns zu binden und sie langfristig für unser Unternehmen zu begeistern. Dabei arbeiten sie mit Mentoren zusammen, die sie auf ihrem Weg begleiten und dabei selbst auf eine umfassende berufliche Erfahrung zurückblicken können.

Altersverteilung im Konzern

2016 in %



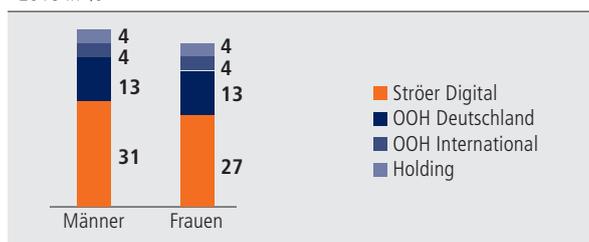
→ Weitere Informationen zur Genderquote und zu den Zielgrößen bei Vorstand und den obersten beiden Führungsebenen finden Sie in der Erklärung zur Unternehmensführung unter: www.stroeer.com/investor-relations

Geschlechterverteilung

Der Anteil weiblicher Beschäftigter ist im Jahresverlauf gestiegen. Zum Jahresende waren zu 52 Prozent Männer und zu 48 Prozent Frauen in der Ströer Gruppe beschäftigt (Vorjahr: 53 Prozent Männer und 47 Prozent Frauen). Dies ist nicht zuletzt das Resultat unserer attraktiven Arbeitszeitmodelle, die bspw. die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern und die uns als modernes Unternehmen auszeichnen.

Geschlechterverteilung der Mitarbeiter

2016 in %



Aus- und Weiterbildung

Berufsausbildung und Studium

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir auch im Jahr 2016 konsequent verfolgt. Wir bieten vielfältige Möglichkeiten der Nachwuchsentwicklung. Besonders stolz sind wir darauf, dass die IHK uns in besonderen Leistungen im Bereich Ausbildung ausgezeichnet hat. Ströer bildet bundesweit insgesamt 90 Nachwuchskräfte aus. Die Anzahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Die Auszubildenden werden in unserer Konzernzentrale und in größeren Regionalniederlassungen praxisnah entwickelt. Ein Schwerpunkt ist die eigenverantwortliche Durchführung von Projekten, wie z. B. die Erarbeitung der eigenen Werbekampagne „Von Azubis für Azubis“, bei der unsere Azubis selbst Modell stehen und auf öffentlichen Plakaten um neue Auszubildende werben.

Neben der klassischen Berufsausbildung bietet Ströer auch duale Studienplätze (BA-Studium) an. Während unsere Studenten bereits seit längerem die Möglichkeit haben, ein Semester im Ausland zu verbringen, haben wir erstmals auch einigen Auszubildenden die Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts eröffnet.

Ströer bietet erfolgreichen BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme an. Im vergangenen Jahr konnten wir erneut eine Vielzahl junger Talente in den verschiedensten Unternehmensbereichen übernehmen.

Weiterbildung und Qualifizierung

Individuelle Entwicklung wird wesentlich durch unser qualifiziertes On-the-Job-Training gefördert. Zusätzlich haben wir im letzten Jahr unsere Vertriebsstruktur auf nationaler und regionaler Ebene in Deutschland stark weiterentwickelt. Gezielte Trainingsprogramme in der Einarbeitung, aber auch später on the Job und in vereinzelt Seminare führten zu einer Steigerung der Vertriebsfolge.

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht erläutert die Struktur und die Höhe der Vergütungen der Vorstandsmitglieder des persönlich haftenden Gesellschafters der Ströer SE & Co. KGaA (der Ströer Management SE) und des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA (die „Gesellschaft“). Er berücksichtigt mit den in der Entsprechenserklärung der Gesellschaft gemäß § 161 AktG vom 15. Dezember 2016 bezeichneten Ausnahmen die gesetzlichen Vorgaben sowie die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und ist Bestandteil des Konzernabschlusses.

Vergütungen des Vorstands

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder wird von der Gesellschaft in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat des persönlich haftenden Gesellschafters festgelegt und regelmäßig überprüft. Gemäß den Vorschriften des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung hat sich der Aufsichtsrat des persönlich haftenden Gesellschafters im Berichtsjahr hinsichtlich der notwendigen Entscheidungen zur Vorstandsvergütung beraten und entsprechende Beschlüsse gefasst.

Die Vergütung des Vorstands setzte sich auch im Geschäftsjahr 2016 aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

1. einer fixen Grundvergütung
2. einer variablen Vergütung, bestehend aus:
 - 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 ausbezahlt. Weiterhin gewährt die Gesellschaft Nebenleistungen (Sachbezüge), die von den einzelnen Vorstandsmitgliedern versteuert werden, sowie Aufwandsersatz für entstandene Kosten.

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.

Die variablen Vergütungen für das Geschäftsjahr 2016 orientierten sich an folgenden Kennzahlen bzw. Zielvorgaben:

Short Term Incentives (STI)

- Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit

Long Term Incentives (LTI)

- Kapitalrendite
- Organisches Umsatzwachstum
- Aktienkurs

Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

Kapitalrendite auf Basis adjusted EBIT/Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung eines Zeitraums von drei Jahren ab. Benchmark hierfür ist die Erzielung einer Verzinsung in Höhe der Kapitalkosten des Unternehmens. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 301. Die Vergütung kann maximal den doppelten bzw. dreifachen Betrag erreichen, wofür eine deutlich über den Kapitalkosten liegende Verzinsung in der Drei-Jahres-Periode zu erreichen wäre. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von 0 Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Organisches Umsatzwachstum

In einem Drei-Jahres-Zeitraum wird das durchschnittliche organische Umsatzwachstum der Gesellschaft verglichen mit dem durchschnittlichen Wachstum des Werbemarkts, gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Bruttoinlandsprodukts in den von der Gesellschaft bearbeiteten Märkten. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 337. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten bzw. dreifachen Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von 0 Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Aktienkurs

Dieser LTI-Bestandteil ist abhängig von der Entwicklung des Aktienkurses der Gesellschaft über einen Vier-Jahres-Zeitraum gegenüber einem festgelegten Referenzkurs zu Beginn dieses Zeitraums. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der für das Jahr 2016 zugesagte Betrag auf TEUR 248, was zum Stichtag einer Anzahl von 4.312 virtuellen Aktienoptionen mit jeweiligem Zeitwert von EUR 38,81 Euro entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vier-Jahres-Zeitraums erhöht im gleichen prozentualen Verhältnis die Vergütung dieses Gehaltsbestandteils bis auf maximal den doppelten bzw. dreifachen Betrag. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von 0 Euro, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Nach Wahl des jeweiligen Vorstandsmitglieds kann die Vergütung auch in Aktien der Gesellschaft ausgezahlt werden.

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

Aktienbasierte Vergütungen

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2013 und im Geschäftsjahr 2015 Aktienoptionen im Rahmen eines Aktienoptionsprogramms gewährt. Die Aktienoptionen stellen weitere langfristige Vergütungskomponenten dar. Hierdurch sollen Leistungsanreize geschaffen werden, die auf Nachhaltigkeit und Langfristigkeit des Unternehmenserfolgs ausgerichtet sind. Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren, beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts, ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren.

Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an das operative EBITDA des Konzerns geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

Gesamtvergütung

Die Gesamtvergütung für das Geschäftsjahr 2016 (2015) ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Für 2016 (2015) gewährte Zuwendungen, in EUR					
	2016				2015
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	2.240.000	1.300.000	540.000	400.000	3.120.000
Nebenleistungen	411.000	382.000	17.000	12.000	293.400
Summe	2.651.000	1.682.000	557.000	412.000	3.413.400
Einjährige variable Vergütung (bei Zielerreichung von 100%)	833.960	490.000	218.960	125.000	968.200
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeits-szenario)					
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	775.908	520.200	163.908	91.800	761.600
LTI „Organisches Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	867.190	581.400	183.190	102.600	851.200
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	248.091	142.800	67.491	37.800	627.200
LTI „Sonstige“	252.000	252.000	0	0	252.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)	0	0	0	0	0
Summe	2.143.189	1.496.400	414.589	232.200	2.492.000
Gesamtvergütung	5.628.149	3.668.400	1.190.549	769.200	6.873.600

Für 2016 (2015) gewährte Zuwendungen, in EUR

	2016 Erreichbarer Minimalwert				2016 Erreichbarer Maximalwert
	Summe	Udo Müller	Christian Schmalzl	Dr. Bernd Metzner	Summe
Festvergütung	2.240.000	1.300.000	540.000	400.000	2.240.000
Nebenleistungen	411.000	382.000	17.000	12.000	411.000
Summe	2.651.000	1.682.000	557.000	412.000	2.651.000
Einjährige variable Vergütung (bei Zielerreichung von 100%)	0	0	0	0	833.960
Mehrfährige variable Vergütung (Wert nach Wahrscheinlichkeits-szenario)					
LTI „Kapitalrendite“ (3 Jahre)	0	0	0	0	775.908
LTI „Organisches Umsatzwachstum“ (3 Jahre)	0	0	0	0	867.190
LTI „Aktienkurs“ (4 Jahre)	0	0	0	0	638.982
LTI „Sonstige“	0	0	0	0	252.000
Aktienbasierte Bezugsrechte (5 Jahre)	0	0	0	0	0
Summe	0	0	0	0	2.534.080
Gesamtvergütung	2.651.000	1.682.000	557.000	412.000	6.019.040

Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung

Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung

Altersversorgung

Es bestehen keine Versorgungszusagen bzw. anderweitige Altersversorgungen.

Abfindung

Für die Vorstandsmitglieder ist geregelt, dass im Falle einer Nichtverlängerung des Anstellungsvertrags die Festvergütung pro rata temporis für weitere vier Monate als Abfindung zu zahlen ist.

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

Mit den Vorstandsmitgliedern ist ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart. Für die Dauer des Wettbewerbsverbots zahlt die Gesellschaft pro volles Jahr des Verbots die Hälfte der zuletzt bezogenen vertragsmäßigen Vergütungen.

Bezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA werden gemäß § 15 der Satzung der Gesellschaft von der Hauptversammlung mit Zustimmung der persönlich haftenden Gesellschafterin bewilligt. Hiernach erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA Sitzungsgeld in Höhe von EUR 200,00 pro Sitzung sowie Auslagenerstattungen.

Die Bezüge der Mitglieder des Aufsichtsrats der persönlich haftenden Gesellschafterin der Ströer Management SE werden gemäß § 14 der Satzung von der Hauptversammlung der Ströer Management SE bewilligt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats der Ströer Management SE erhalten eine feste, erfolgsunabhängige Vergütung sowie Sitzungsgelder und Auslagenerstattungen. Die Vergütung des Aufsichtsrats der Ströer Management SE wurde gemäß § 9 der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA an die Ströer SE & Co. KGaA weiterbelastet.

Die Gesamtvergütungen (ohne etwaige Umsatzsteuer) für das Jahr 2016 des Aufsichtsrats der Ströer SE & Co. KGaA inklusive der von der Ströer Management SE an die Ströer SE & Co. KGaA vorgenommenen Weiterbelastungen betragen in Euro:

In EUR	Feste Vergütung	Sitzungsgeld	Gesamt
Christoph Vilanek	60.000,00	3.500,00	63.500,00
Ulrich Voigt	40.000,00	3.500,00	43.500,00
Dirk Ströer	33.333,00	3.500,00	36.833,00
Vicente Vento Bosch	28.396,00	2.900,00	31.296,00
Martin Diederichs	20.833,00	2.700,00	23.533,00
Michael Hagspihl	20.833,00	2.000,00	22.833,00
Julia Flemmerer	0,00	600,00	600,00
Anette Bronder	0,00	400,00	400,00
Summe	203.395,00	19.100,00	222.495,00

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die umfassende Risikoeinschätzung des Vorstands. Im Vordergrund unserer Risikostrategie steht nicht die strikte Vermeidung von Risiken. Vielmehr geht es uns darum, sicherzustellen, dass unsere unternehmerischen Entscheidungen auf wohl informierten Abwägungen von Chancen und Risiken beruhen. Gleichzeitig gilt es, Risiken rechtzeitig zu identifizieren, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden könnten, um hier umgehend Maßnahmen zur Vermeidung oder Begrenzung von Risiken einleiten zu können. Grundsätzlich erwarten wir von jedem Mitarbeiter einen verantwortungsbewussten Umgang mit Risiken.

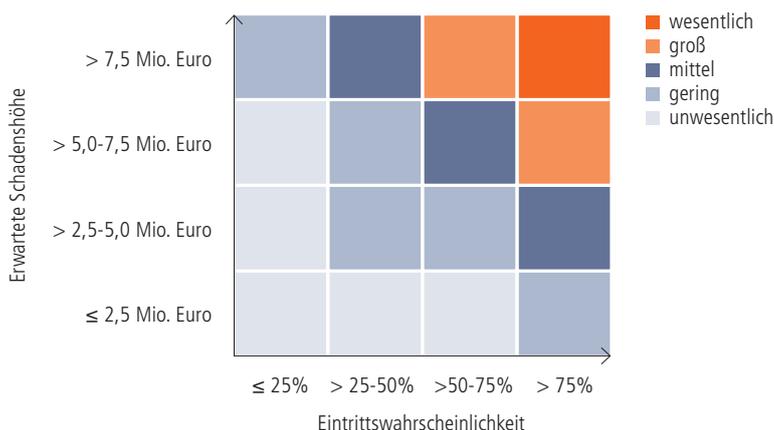
Nach unserer Einschätzung sind die derzeit identifizierten und im Folgenden beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir überzeugt, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist und die sich bietenden Chancen nutzen wird. Trotz der uneinheitlichen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Kernmärkten werden sich nach Erwartungen des Vorstands die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr insgesamt stabil zeigen. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und von internen Maßnahmen zur notwendigen Anpassung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

Chancen- und Risikomanagementsystem

Unser Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. Das Chancenmanagement von Ströer orientiert sich an den aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Erfolgsfaktoren. In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente zeichnen für das Chancenmanagement das operative Management in den Geschäftsbereichen in enger Abstimmung mit den Zentralbereichen und dem Vorstand verantwortlich. Das regelmäßige Managen von Chancen ist integraler Bestandteil des Planungs- und Kontrollprozesses.

Daneben betreibt Ströer ein konzernweites Risikomanagement, das im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen gemäß § 91 Abs. 2 AktG steht. Der Risikokonsolidierungskreis entspricht dem Konzernkonsolidierungskreis.

Der Chancen- und Risikobericht beinhaltet die Identifikation, Bewertung, Steuerung und Überwachung von Kernrisiken. Zu diesen Risiken zählen alle Sachverhalte, die eine signifikante Bedrohung unserer Erfolgsfaktoren darstellen und eine materielle Auswirkung auf unsere Ergebnis- oder Liquiditätssituation haben können. Sie lassen sich anhand ihres Schadensbewertungswerts einzelnen Risikoklassen zuordnen (wesentlich, groß, mittel, gering, unwesentlich), an die wiederum verschiedene Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Der Schadensbewertungswert wird im Rahmen eines Regelprozesses gruppenweit einheitlich nach den Dimensionen „Erwartete Schadenshöhe auf Ertrag (EBITDA) und/oder Cash-Flow“ sowie „Eintrittswahrscheinlichkeit“ bewertet. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Skalen dieser beiden Dimensionen (erwartete Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit) sowie die daraus abgeleitete Risikomatrix.



Entsprechend der Kombination aus erwarteter Schadenshöhe und Eintrittswahrscheinlichkeit wird der Schadenserwartungswert (SEW) des Risikos als wesentlich, groß, mittel, gering oder unwesentlich klassifiziert.

Für jeden Geschäftsbereich gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen, der die Risikosituation seines Bereichs dezentral steuert und an das Group-Risk-Management berichtet. Innerhalb der Geschäftsbereiche gibt es Verantwortliche (Risk Owner) für die verschiedenen Risikobereiche, die an den jeweiligen Risikoverantwortlichen des Geschäftsbereichs berichten.

Um eine enge Verzahnung mit operativen und finanzwirtschaftlichen Fragestellungen sicherzustellen, ist das Group-Risk-Management im Zentralbereich Controlling angesiedelt. Es besitzt die erforderliche Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher und informiert turnusmäßig den Vorstand und Aufsichtsrat über die aktuellen Risiken des Konzerns. Der regelmäßig erstellte interne Risikobericht geht auf die verschiedenen Ursachen der Kernrisiken, ihre Eintrittswahrscheinlichkeiten und Auswirkungen (Brutto- und Nettobewertung) ein. Zudem informiert er über die Veränderungen der Risikoprofile im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die außerhalb der Termine des Regelprozesses identifiziert werden und die spezifischen Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Ad-hoc-Berichterstattung verpflichtet.

Das Risikomanagement wird in regelmäßigen Abständen auf Effektivität überprüft und gegebenenfalls verbessert. Darüber hinaus beurteilt der Abschlussprüfer regelmäßig im Rahmen der Jahresabschlussprüfung, ob das Risikomanagementsystem geeignet ist, die den Fortbestand des Unternehmens gefährdenden Risiken frühzeitig zu erkennen. Über die Ergebnisse berichtet er an Vorstand und Aufsichtsrat.

Internes Kontrollsystem

Einen wichtigen Teil des Risikomanagements stellt das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe dar. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassende Einheit und lehnen uns dabei an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem (IKS) und zum Risikomanagementsystem 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 die Ströer Gruppe maßgeblichen rechtlichen Vorschriften gerichtet sind. Des Weiteren soll das interne Kontrollsystem die Berichterstattung unterstützen, ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Ströer Gruppe zu vermitteln.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess haben wir folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

- Der Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.
- Alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sind über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation eingebunden.
- Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die Prozesse des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit definiert, kommuniziert und implementiert.

Wir erachten solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns maßgeblich beeinflussen können. Hierzu zählen folgende Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche,
- Überwachung der Rechnungslegungsprozesse auf Ebene des Konzerns sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften,

- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften,
- Maßnahmen, die die ordnungsgemäße, EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen,
- festgelegte Kommunikationswege, um zeitnah und vollständig Prozess- und Kontrollveränderungen zu übermitteln.

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).

Internes Revisionssystem

Im Rahmen von mehreren internen Revisionsprojekten hatten wir darüber hinaus im Berichtsjahr die Wirksamkeit des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems stichprobenartig geprüft. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen werden dabei dem Vorstand und dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats vorgelegt. Die möglichen, sich aus Revisionsprüfungen ergebenden Verbesserungsmaßnahmen werden systematisch nachverfolgt.

Risikosituation

Aus der Gesamtheit der identifizierten Chancen und Risiken werden nachfolgend jene Bereiche dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Prognosezeitraum in wesentlichem Umfang positiv oder negativ beeinflussen können. Gemäß der oben erwähnten Bewertung nach erwarteter Schadenshöhe in Bezug auf das erwartete EBITDA und/oder den erwarteten Cash-Flow sowie Eintrittswahrscheinlichkeit wird für die folgenden Risiken die entsprechende Klassifizierung des Schadenserwartungswerts des Risikos angegeben, der nach ergriffenen Gegenmaßnahmen verbleibt (z. B. „SEW mittel“).

Marktrisiken (SEW: gering)

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung kann sich unter anderem aufgrund politischer Unwägbarkeiten oder neuerlicher Finanzmarkturbulenzen schlechter darstellen als im Rahmen unserer Prognose unterstellt. Dies stellt aufgrund der Konjunkturabhängigkeit des Werbemarktes für alle Segmente der Ströer Gruppe ein Risiko dar, dessen Materialisierung dazu führen könnte, dass die Ströer Gruppe ihre Umsatz- und Ergebnisziele nicht erreicht.

Konjunkturelle Risiken sehen wir insbesondere für den türkischen Werbemarkt. Zwar gehen wir insgesamt von einer leichten Belebung des Marktes nach einem äußerst schwierigen Jahr 2016 aus. Anhaltende innenpolitische Unsicherheiten sowie die Gefahr weiterer geopolitischer Eskalationen in kurdischen Gebieten und an den Südgrenzen der Türkei zu Syrien und Irak können hier jedoch auch im Jahr 2017 belastend wirken.

Im Beschaffungsbereich könnten sich signifikante Planabweichungen vor allem durch den Verlust von Werberechtskonzessionen in der Außenwerbung oder von großen Publisher-Verträgen im Digitalbereich ergeben. Von Nachteil wäre auch eine Verzögerung der Genehmigungsprozesse, ein Kostenanstieg zur Erlangung notwendiger Baugenehmigungen oder eine Ablehnung attraktiver Standorte durch die Genehmigungsbehörden. Im Bereich der Online-Medien besteht grundsätzlich das Risiko, dass die im Portfolio befindlichen Webseiten – unter anderem aufgrund von Konkurrenzangeboten – weniger Nutzerinteresse auf sich ziehen als erwartet. Eine geringer als erwartet ausfallende Zahl von Unique Visitors bzw. Unique Users oder Ad Impressions kann die Erlöse aus der Reichweitenvermarktung beeinträchtigen. Diese Gefahren sehen wir aber als ganz normale Geschäftsrisiken an, die durch unser im Außenwerbe- wie auch im Digitalgeschäft sehr breit aufgestelltes Portfolio sehr begrenzt sind.

Beschaffungsrisiken, insbesondere in der Außenwerbung, können sich zudem aufgrund möglicher Preiserhöhungen bei Vorprodukten und Energie oder Preisvolatilitäten ergeben. Denkbar wären auch Ausfälle von Schlüssellieferanten oder Qualitätsprobleme bei Zulieferprodukten. Um das Risiko zu begrenzen, setzen wir auf eine produktübergreifende Standardisierung der Komponenten und eine Mehrquellenbeschaffungsstrategie.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich Planabweichungen in den einzelnen Segmenten durch mögliche Erlöseinbußen bei der Auftragserteilung gewichtiger Werbungtreibender oder Agenturen, durch Kundenverluste im intra- und intermedialen Wettbewerb oder durch reduzierte Margen infolge steigender Rabatte in der Medienbranche ergeben. In diesem Zusammenhang werten wir regelmäßig unsere Vertriebsaktivitäten aus und treffen entsprechende Maßnahmen, um dem bestehenden Rabattdruck entgegenzuwirken.

Neben der Etablierung Content-basierter Geschäftsmodelle – mit Deutschlands reichweitenstärkstem Online-Portal t-online.de als Herzstück – hat die Ströer Gruppe ihre Diversifizierungsstrategie im Digitalsegment weiter vorangetrieben. Dabei ist es das Ziel, die bisher werbedominierten Erlösströme hin zu anderen transaktionalen Erlösarten im Bereich von Abonnement-getriebenen Geschäftsmodellen und E-Commerce-Aktivitäten bis hin zum digitalen Vertrieb eigener Produkte zu verlagern. Hierdurch werden generelle Marktrisiken in der Werbevermarktung abgemildert.

Ein sich beschleunigender Trend im Internet-Surfverhalten der Nutzer, weg von stationären Computern hin zu mobilen Endgeräten, stellt insbesondere den Bereich der Online-Display-Werbevermarktung vor Herausforderungen. Diesem Risiko begegnen wir unter anderem mit einem Ausbau unserer mobilen Vermarktungsaktivitäten.

Generell stellt die vermehrte Nutzung von Ad-Blockern ein anhaltendes Risiko für die Online-Werbevermarktung dar. Für unsere Online-Vermarktungsaktivitäten wirken wir dem Risiko mit verschiedenen Maßnahmen entgegen. Dabei setzen wir zum einen auf Technologien, Ad-Blocker zu umgehen. Zum anderen ist unser Webseitenportfolio unter anderem aufgrund der Nutzerstrukturen unterdurchschnittlich stark von Ad-Blocking-Technologien betroffen. Zum dritten bieten wir vermehrt Produkte im Bereich Native Ads an, die ohnehin nicht von Ad-Blockern betroffen sind.

Politische und rechtliche Risiken (SEW: gering)

Die anhaltende Diskussion zu datenschutzrechtlichen Themen in Politik und Gesellschaft stellt ein Risiko für unsere digitalen Geschäftsaktivitäten dar, in denen gerade die Verarbeitung von Daten ein zentrales Element ist. Unsicherheit besteht hier beispielsweise in den Folgen einer im Berichtsjahr verabschiedeten Datenschutzgrundverordnung der EU. Hier sind zentrale Rahmenbedingungen z. B. für das Setzen von Cookies oder ähnlichen Technologien unklar geblieben bzw. noch nicht neu definiert worden. Auch wenn von derartigen gesetzlichen Neuregelungen nur einzelne Geschäftsmodelle in unserem Portfolio betroffen sind und wir große Datenmengen hauptsächlich anonymisiert nutzen, arbeiten wir an technologischen Maßnahmen, die das Risiko möglicher Erlösminderungen begrenzen sollen.

Darüber hinaus besteht ein Risiko einer in den letzten Jahren wiederholt in der politischen Diskussion geforderten Ausweitung von Werbeverboten, insbesondere im Bereich der Tabakwerbung. Diesem Risiko begegnen wir mit verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen. Wir gehen nicht von einem Inkrafttreten eines solchen Verbots in den nächsten Jahren aus. Durch eine deutlich gesunkene Abhängigkeit von einzelnen Werbekunden und -branchen hat die relative Bedeutung dieses Sachverhalts ohnehin stark abgenommen.

Prozessrisiken (SEW: gering)

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Kommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, der in Bezug auf Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit berücksichtigt werden muss. Eine Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnte zu einem Datenverlust und einer Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen kontinuierlichen Nachbesserungsmaßnahmen, die diese Risiken reduzieren sollen.

Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk insbesondere auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger zusammenhängen. Gleiches gilt für nicht auszuschließende Störungen im Hinblick auf die ordnungsgemäße Arbeitsweise bei der Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie das Reklamations- und Forderungsmanagement.

→ Weitere Details zu den finanziellen Risiken finden Sie im Konzernanhang im Abschnitt 34.

Mitarbeiterisiken (SEW: unwesentlich)

Ein Risiko für Ströer liegt in der ungewollten Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, sollten diese nicht oder nicht rechtzeitig durch eigene oder neue Mitarbeiter adäquat ersetzt werden. Wir wirken den Personalrisiken mit einer Reihe etablierter Maßnahmen, wie z. B. einem leistungsbezogenen Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten oder Stellvertretungsregelungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Medienunternehmen konnten wir außerdem durch den massiven Ausbau des Segments Digital weiter stärken.

Finanzrisiken (SEW: gering)

Aus der aktuellen Verschuldung resultiert für Ströer ein generelles Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der in den Kreditverträgen mit den Banken vereinbarten Covenants sowie Informations- und Genehmigungspflichten abhängt. Dieses Risiko ist aber nicht zuletzt aufgrund der zum Ende des Berichtsjahres durchgeführten Refinanzierung zu erweiterten und verbesserten Konditionen sowie durch eine deutliche Verbesserung des operativen Geschäfts erheblich reduziert.

Ströer entstehen überdies währungsbedingte Risiken. So besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Die relative Bedeutung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse am Konzernabschluss ist im Berichtszeitraum aber deutlich zurückgegangen. Transaktionsbedingte Währungsrisiken sind für die Ströer Gruppe ohnehin unbedeutend.

Generellen Zinsänderungsrisiken ist die Ströer Gruppe im Wesentlichen im Bereich der langfristigen variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie hinsichtlich der vorhandenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ausgesetzt.

Ein Beteiligungsrisiko resultiert grundsätzlich in Zukunft aus Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen, die sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken könnten. Es ist nicht vollständig auszuschließen, dass es zu Berichtigungen von Firmenwerten kommt, sollte die Geschäftsentwicklung einzelner Gesellschaften hinter den Erwartungen zurückbleiben.

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

Sonstige Risiken (SEW: unwesentlich)

Die Ströer Gruppe ist grundsätzlich Kommunikationsrisiken ausgesetzt, die letztlich auch in Reputationsrisiken münden können. Mit der Konzernkommunikation und den Investor Relations verfügen wir jedoch über zwei wichtige Funktionen, um relevante Informationen rechtzeitig den entsprechenden Adressaten zur Verfügung zu stellen und sachgerecht agieren zu können.

Unternehmenskäufe wie der Erwerb zahlreicher Unternehmen im Digitalbereich in den vergangenen Jahren beinhalten naturgemäß Risiken, die z. B. aus Kundenabwanderungen, aus ungewollter Mitarbeiterfluktuation, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf oder aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten herrühren können. Wir reduzieren solche Risiken durch entsprechende Analysen und angemessene Steuerungsmaßnahmen. Darüber hinaus verfügt die Ströer Gruppe über umfangreiche Erfahrungen hinsichtlich der Integration neu erworbener Gesellschaften.

Unsere geschäftlichen Aktivitäten müssen mit geltendem Recht in Einklang stehen. Insbesondere kartell- und kapitalmarktrechtliche Regelungen, Regelungen eines integrierten Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen werden ständig überwacht. Darüber hinaus vermindern wir unsere Rechtsrisiken durch gezielte Einbindung von externen Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälten. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen.

Chancensituation

Gesamtwirtschaftliche Chancen ergeben sich aus einer Erhöhung des Nettowerbevolumens in unseren Kernmärkten Deutschland und Türkei, die stärker ausfällt als in unserer Basisplanung. Dies könnte der Fall sein, wenn sich das gesamtwirtschaftliche Umfeld besser entwickelt als erwartet oder sofern sich Werbebudgets stärker als angenommen auf die Außen- und Online-Werbung verlagern.

Der Strukturwandel in der Werbeindustrie, der sich insbesondere in der fortschreitenden Digitalisierung der Medienangebote niederschlägt, kann im Geschäftsjahr 2017 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts von Printmedien hin zu digitalen Medien weiter beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen (Public Video, Desktop, Mobile), wie sie in dieser Form auch nur von der Ströer Gruppe angeboten werden, über unsere Planungen hinaus zulegen. Insgesamt sind wir durch unsere Angebote in der Außenwerbung und im Online-Bereich gut aufgestellt, um unseren Kunden vor dem Hintergrund der anhaltenden Megatrends Digitalisierung, Urbanisierung und steigender Mobilität der Bevölkerung ein optimales Angebot bieten zu können. Hieraus ergeben sich Chancen von stärkeren Marktanteilszuwächsen im intermedialen Wettbewerb als bislang in unseren Planungen erwartet.

Ebenfalls kann das Buchungsvolumen bei mobiler Werbung – auch in Verbindung mit regional gesteuerten Kampagnen – über die Erwartungen hinaus wachsen. Aufgrund der starken Positionierung im Bereich der Performance-Technologien sowie im angestammten Out-of-Home Geschäft verfügen wir ferner über besondere Wachstumspotenziale.

Strategische Chancen ergeben sich überdies aus dem anhaltenden Konsolidierungsdruck im Online-Werbemarkt. Dank der glaubwürdigen Positionierung der Ströer Gruppe als Vorreiter dieser Konsolidierungsbewegung können sich hieraus auch künftig konkrete Chancen auf anorganisches Wachstum ergeben. Durch die fortlaufende Erweiterung des Online-Inventars sowie die nochmalige Verbesserung der Technologieposition können sich positive Größen- und Synergieeffekte ergeben, die in der Basisplanung noch nicht berücksichtigt sind. Mit unserem voll integrierten Geschäftsmodell sind wir zuversichtlich, uns im Wettbewerb mit den großen verlagsgebundenen Vermarktern und TV-Angeboten noch besser positionieren und Marktanteile gewinnen zu können.

Aus den aktuell weiter verstärkten Integrationsanstrengungen bei unseren zahlreichen Akquisitionen im Berichtszeitraum können sich bislang noch nicht geplante Synergien im Umsatz- wie im Kostenbereich ergeben. Auch der verstärkte Austausch von technologischem Know-how zwischen den neu erworbenen Einheiten bietet zusätzliche Chancen, unsere Position in diesem Bereich weiter zu verbessern.

Wichtiger Erfolgsfaktor hierfür ist die Qualität des Portfolios an Werbeflächen. Aus der engen Partnerschaft mit Städten und Betreibern von Bahnhöfen im Bereich der Außenwerbung sowie mit Publishern im Online-Segment können unter Umständen national wie international zusätzliche Potenziale ausgeschöpft werden. Sowohl in Deutschland als auch in der Türkei und in Polen besitzt die Ströer Gruppe eine exponierte Position, die ihr die aktive Gestaltung der Außenwerbe- und Online-Märkte erlaubt.

Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir darüber hinaus von unserem auch im Berichtszeitraum weiter verstärkten regionalen Vertriebsauftritt. Hier könnten sich in einem stärker als bislang erwarteten Ausmaß Synergien zwischen digitalen und analogen Angeboten ergeben.

PROGNOSEBERICHT¹

Gesamtaussage des Vorstands zur erwarteten Konzernentwicklung in 2017

Der Medienmarkt ist weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt. Die immer weiter fortschreitende Digitalisierung und die zunehmende Nutzung und Personalisierung mobiler Endgeräte haben dabei auch maßgeblichen Einfluss auf das Medienkonsumverhalten der Menschen. Auch die Außenwerbung profitiert als strukturell wachsendes Medium von diesen Entwicklungen und kann durch neue Technologien effektiv mit digitalen Medien verknüpft werden. Crossmediale Werbekampagnen und die Verwendung diverser Technologien sind die zukünftigen Treiber der Interaktion zwischen Werbungtreibenden und dem mobilen Konsumenten.

Mit unserem zentralen Ad-Server können wir Bewegtbild-Inhalte auf Online-Desktops, Mobile und Public Video Screens zentral aussteuern. Bei den Werbekunden stärken wir damit nachhaltig unsere Positionierung als größter non-TV-Vermarkter und unsere Relevanz als Anbieter innovativer Kommunikationslösungen. Besonders interessant sind außerdem das Management von großen Datensätzen und das Performance Publishing. Ein weiteres großes Wachstumsfeld sehen wir in der regionalen Vermarktung unseres Out-of-Home- und Digital-Inventars.

Um dieses Potenzial zu heben, wollen wir im Jahr 2017 den Ausbau unserer regionalen Vertriebsorganisation in Deutschland weiter vorantreiben. Wir werden fortlaufend intensiv daran arbeiten, das vermarktbarbare Inventar sowohl im Bereich Out-of-Home als auch im Bereich Digital zu sichern und weiter auszubauen.

Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung erwarten wir für die gesamte Ströer Gruppe auch im Jahr 2017 ein deutliches organisches Umsatzwachstum. Wir rechnen mit einem organischen Umsatzwachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich. Wir gehen von einem Konzernumsatz von rund 1,3 Milliarden Euro aus sowie von einem Operational EBITDA von über 320 Millionen Euro. Wir erwarten ein bereinigtes Konzernergebnis von über 175 Millionen Euro. Weiterhin streben wir an, den dynamischen Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) der Ströer Gruppe unter Vorbehalt von M&A-Transaktionen weiter sichtbar zurückzuführen. Unter Berücksichtigung des Investitionsbedarfs für das nächste Jahr rechnen wir ohne M&A-Transaktionen mit einem Free Cash-Flow von rund 145 Millionen Euro. Unsere Kapitalrendite (ROCE) sollte im Jahr 2017 stabil bleiben.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Die zukunftsgerichteten Aussagen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen nur die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2017 beeinflussen können. Erfahrungsgemäß ist die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe von der konjunkturellen Entwicklung in unseren Märkten sowie von der jeweiligen Entwicklung der Werbemärkte abhängig. Auch der länderspezifische Marktanteil der Digital- bzw. Out-of-Home-Medien am Gesamtwerbemarkt hat Einfluss auf die Umsatzentwicklung. Die direkte Ableitung einer Umsatzprognose aus diesen gesamtwirtschaftlichen oder branchenspezifischen Parametern ist indes nicht möglich, weil die Korrelation der genannten Parameter mit dem Umsatz in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann. Zudem können sich die Rahmenbedingungen unterjährig ändern, weshalb die tatsächliche Entwicklung der Umsatz- und Ertragslage von der prognostizierten Entwicklung wesentlich abweichen kann.

Das Buchungsverhalten der Werbekunden ist in der gesamten Werbewirtschaft durch sehr kurzfristige und immer kürzer werdende Auftragsvorläufe geprägt. Dies trifft auf die Out-of-Home-Vermarktung sowie in besonderem Maße auch auf die Digitalvermarktung zu, wo Kampagnen aus technischen Gründen noch kurzfristiger eingebucht werden können. Der Ausbau der Real-Time-Bidding-Plattformen, bei denen die Transaktionen in Echtzeit abgewickelt werden, trägt zusätzlich zu dieser Entwicklung bei. Durch den geringen Buchungsvorlauf sind wir in der konkreten Voraussage unserer Umsatz- und damit auch Ertragsentwicklung eingeschränkt.

Zudem sind die für den Ausblick auf das Konzernergebnis relevanten externen Marktparameter wie Zinskurven und Währungskursverläufe kaum prognostizierbar. Unsicherheiten bei der Prognose dieser Parameter können sich auch auf zahlungsunwirksame Sachverhalte im Finanz-

¹ Der Vergleich zum prognostizierten Wert des nächsten Jahres beruht grundsätzlich auf dem in 2016 erreichten Ist-Wert.

ergebnis auswirken. Die letzten Derivate zur Absicherung dieser Unsicherheiten sind im Januar 2015 ausgelaufen. Neue Sicherungsinstrumente sind zum jetzigen Zeitpunkt nicht geplant. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir von gegenüber dem Berichtsjahresende im Durchschnitt weitestgehend konstanten Parametern aus.

Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft hat sich in den vergangenen Jahren als sehr resistent erwiesen. Für 2017 prognostiziert die Bundesregierung ein Wachstum von 1,4 Prozent² auf ähnlichem Niveau des Vorjahres. Ein möglicherweise leicht ansteigender Ölpreis und leicht ansteigende Zinsen werden demnach nur beschränkt Einfluss auf die Realwirtschaft haben. Von der Erholung der wirtschaftlichen Entwicklung der Schwellenländer sollte Deutschland als Exportnation überproportional profitieren.

Zwar entwickelt sich die Türkei langsamer als in den langfristigen Prognosen vorgesehen, doch wird von der türkischen Regierung und der OECD für 2017 ein robustes Wachstum des BIP von 3,3 Prozent erwartet.³ Unsicherheiten sehen wir dennoch in der Entwicklung der innerpolitischen Lage sowie in der Volatilität des Wechselkurses der Türkischen Lira gegenüber dem US-Dollar und dem Euro.

Zukünftige Branchenentwicklung

Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Nach Einschätzung von ZenithOptimedia ist der Werbemarkt in Deutschland um 3,1 Prozent gewachsen. Für 2017 wird ein Wachstum von 2,6 Prozent erwartet.⁴ Diese guten Aussichten für 2017 decken sich mit dem Ergebnis einer Umfrage der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). Aufgrund der stabilen wirtschaftlichen Entwicklung blicken die werbenden Unternehmen mit verhaltenem Optimismus auf 2017. In der Umfrage des OWM gaben 50 Prozent der Werbungtreibenden an, mit steigenden Werbeumsätzen zu rechnen, knapp die Hälfte ging von stabilen Umsätzen aus und nur 8 Prozent von sinkenden.⁵

Für die Werbeumsätze in der Out-of-Home-Branche wird in den bekannten Studien ein leicht stärkeres Wachstum im Vergleich zum Gesamtwerbemarkt erwartet. Nach Einschätzung von PwC sollen die Werbeumsätze im Jahr 2017 mit einer Rate von 3,0 Prozent wachsen.⁶ ZenithOptimedia erwartet eine leicht höhere Wachstumsrate von 3,7 Prozent.⁷ Wesentliche Wachstumstreiber sind die digitalen Werbeträger, bei denen PwC in den kommenden fünf Jahren mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 18 Prozent rechnet.⁸ Daneben unterstützen die Flexibilisierung und Regionalisierung von Werbeformen sowie die zunehmende Mobilität der Gesellschaft die positive Entwicklung der Außenwerbung. Neue technologische Entwicklungen wie z. B. iBeacons und Near Field Communication (NFC) eröffnen erfolgreiche Nutzungsperspektiven für Out-of-Home-Medien durch die Verbindung mit anderen Werbeformen und neuen Formaten, die eine Interaktion zwischen dem Werbungtreibenden und Konsumenten über dessen Smartphone ermöglichen. Aufgrund der insgesamt eher positiven Marktaussichten erwarten wir in der Out-of-Home-Branche ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich.

Auf dem Markt für Online-Werbung soll sich die insgesamt positive Entwicklung aus 2016 auch im Jahr 2017 fortsetzen. Die erhöhte Werbeeffizienz durch präziseres Targeting und performance-orientierte Angebote bietet nachhaltige Wachstumfelder. ZenithOptimedia und PwC prognostizieren für das Jahr 2017 ein Wachstum der Werbeumsätze in der Online-Werbung von 8,2 Prozent bzw. 6,4 Prozent.⁹ Für die stationäre Online-Werbung erwartet PwC eine sukzessive Verlangsamung des jährlichen Wachstums infolge einer zunehmenden Reife des Marktes. Hier wird mit einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 5,4 Prozent bis 2020 gerechnet.

2 Quelle: Projektionen der Bundesregierung Herbstprojektion 2016

3 Quelle: OECD real GDP forecasts summary, Turkey, November 2016

4 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2016

5 Quelle: Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), November 2016

6 Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Aussenwerbung, 2015-2020

7 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2016

8 Quelle: PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Aussenwerbung, 2015-2020

9 Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Germany, Dezember 2015

Das größere Wachstumspotenzial bietet die mobile Online-Werbung, deren durchschnittliches jährliches Wachstum PwC bis 2020 bei 16,1 Prozent einschätzt.¹⁰ Treiber dieses Wachstums sind die steigende Penetration internetfähiger Mobilfunkgeräte (Smartphones und Tablets) und die damit verbundene Verlagerung der Mediennutzung. Wir schließen uns diesen Markteinschätzungen grundsätzlich an. Aufgrund unserer ausgezeichneten Marktpositionierung in den Bereichen Display-, Video- und Mobile-Werbung gehen wir davon aus, weitere Marktanteile hinzugewinnen zu können.

Entwicklung des türkischen Werbemarktes

Auch in der Türkei hängt die Umsatzentwicklung des Werbemarktes maßgeblich von den konjunkturellen Rahmenbedingungen ab. Folglich sollte sich der türkische Werbemarkt im Jahr 2017 trotz anhaltender politischer Spannungen leicht erholen. Nach einer nur schwachen Wachstumsrate von 3,5 Prozent im Jahr 2016 erwartet ZenithOptimedia für 2017 ein Wachstum des gesamten Werbemarktes von zirka 7 Prozent.

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Ströer Gruppe

In der Ströer Gruppe gehen wir für das Jahr 2017 von einem organischen Konzernumsatzwachstum im mittleren bis oberen einstelligen Prozentbereich aus. Hierzu trägt neben starken Wachstumsimpulsen im Segment Ströer Digital auch das robust wachsende Segment OOH Deutschland bei. Im Berichtsjahr haben wir die Verzahnung der Public Video Infrastruktur (Digital-Out-of-Home-Displays) mit diversen Online-Assets im Desktop- als auch im Mobile-Bereich weiter vertieft. Die Resonanz unserer Kunden auf diese neuartige Produktkombination im Bewegtbild-Sektor ist bemerkenswert positiv. Außerdem haben wir unser Digitalportfolio um zahlreiche Akquisitionen insbesondere mit Digital Commerce und Abonnement-basierten Geschäftsmodellen erweitert. In Bezug auf die Vermarktung der Produktneuheiten sowie das damit verbundene Wachstum der digitalen Medien im Jahr 2017 gehen wir davon aus, den Anteil des Digitalumsatzes am Gesamtkonzernumsatz auf bis zu 50 Prozent steigern zu können.

Die Erlöse in Polen und in der Türkei sowie in Teilen der BlowUP-Gruppe und im digitalen Geschäft werden in Fremdwährungen generiert. Folglich sind diese Wechselkurseffekten ausgesetzt. Da die Entwicklung der Wechselkurse kaum prognostizierbar ist, kann dies die Umsatz- und Ergebnissituation in Konzernwährung positiv wie negativ beeinflussen. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir gegenüber dem Berichtsjahresende im Jahresdurchschnitt von nahezu konstanten Parametern aus.

Die direkten Werbeträgerkosten werden nach unserer Einschätzung im Jahr 2017 volumen- und akquisitionsbedingt leicht ansteigen. Die Steigerung sollte sich etwas oberhalb des organischen Umsatzwachstums entwickeln. Bei den Overhead-Kosten erwarten wir bezogen auf den Gesamtkonzern ebenfalls eine Steigerung oberhalb des organischen Umsatzwachstums. Die geplanten Kostensteigerungen gehen – bei gleichzeitig striktem Kostenmanagement – insbesondere auf die große Anzahl neu konsolidierter Unternehmen zurück. Daneben führen inflationsbedingte Gehalts- und sonstige Kostenanpassungen, die Stärkung der Strukturen im Bereich des regionalen Vertriebs in Deutschland sowie das insgesamt in der Gruppe deutlich gestiegene Geschäftsvolumen zu höheren Vertriebs- und Verwaltungskosten.

Infolge der erwarteten Ausweitung des Geschäftsvolumens in Kombination mit einer moderaten Kostenentwicklung gehen wir – keine negativen Wechselkurseffekte vorausgesetzt – von einer Steigerung des Operational EBITDA auf über 320 Millionen Euro im Jahr 2017 aus. Insgesamt rechnen wir 2017 mit einer Operational EBITDA-Marge im Konzern auf Vorjahresniveau. Die Finanzierungsaufwendungen des Konzerns sollten sich vorbehaltlich signifikanter M&A-Transaktionen im Jahr 2017 leicht unter Vorjahresniveau bewegen. Aufgrund steuerfizieller Strukturen erwarten wir eine effektive Steuerquote von zirka 15 bis 20 Prozent. Angesichts des höher erwarteten Konzernergebnisses gehen wir von einer weiteren sichtbaren Erhöhung des Ergebnisses je Aktie im Verlauf des Jahres 2017 aus.

¹⁰ PriceWaterhouseCoopers, German Entertainment and Media Outlook, Online Werbung, 2015-2020

Segment Ströer Digital

Das Segment Ströer Digital profitiert stark von der Dynamik des Online-Werbemarktes, vorrangig in Deutschland. Ströer Digital steht nach AGOF-Zahlen mit 45 Millionen Unique Usern pro Monat auf Platz 1 der Online-Vermarkter in Deutschland.¹¹ Die Sichtbarkeit von Ströer Digital dürfte bei Kunden wie Publishern durch das Ranking weiter steigen. Dadurch erhöhen wir auch im Jahr 2017 unsere Relevanz als Werbe- und Vermarktungspartner.

Wir erwarten auch im Jahr 2017 weitere Vermarktungserfolge aus der Verknüpfung von OOH und Digitalangeboten; dabei werden wir verstärkt Personal (Desktop, Tablets, Smartphones) und Public Screens (Out-of-Home-Displays) in unserem einzigartigen Multi-Screen-Angebot verzahnen.

Im Bereich der auf Performance ausgerichteten Digitalprodukte kommt dem technologischen Vorsprung immer größere Bedeutung für die Ausweitung des Geschäfts zu. So erwarten wir, neben dem Erfolg unseres Performance Publishing, auch aus der Suchmaschinen-Optimierung (SEO) Umsatzimpulse für das Digitalgeschäft.

Für 2017 rechnen wir aufgrund der oben genannten Initiativen und Umsatzsynergien zwischen den erworbenen Einheiten mit einem organischen Umsatzwachstum um die 10 Prozent. Das Umsatzwachstum wird nach unserer Erwartung insbesondere von höheren Ausgaben in den stark nachgefragten Bereichen Mobile und Video sowie durch das neugegründete Produktsegment „Transactional“ getragen werden.

Neben der Hebung von Kostensynergien im Vermarktungsbereich gehen wir von weiteren Investitionen in unser bestehendes Produktsegment „Transactional“ aus. Wir rechnen im Jahr 2017 insbesondere aufgrund von Investitionen in nachhaltiges Wachstum mit einer stabilen Operational EBITDA-Marge im Vergleich zum Vorjahr.

Segment OOH Deutschland

In Deutschland gehen wir optimistisch in das Jahr 2017. Die konjunkturellen Aussichten und die Konsumneigung sind grundsätzlich positiv. Die Werbekonjunktur schließt sich dieser Stimmungslage nach unserer Einschätzung grundsätzlich an, wobei die Verfügbarkeit und Aufteilung der tatsächlichen Werbebudgets sowie die Rabatentwicklung nicht abschließend prognostiziert werden können. Hierfür sind auch die starken Umbrüche in der Medienlandschaft und die steigende Vielfalt von Werbeangeboten, insbesondere in digitalen Medienkanälen, mit steigender Bedeutung der sozialen Netzwerke für die Werbeindustrie verantwortlich. In diesem Marktumfeld positionieren wir uns mit einem deutschlandweit einzigartigen Portfolio an attraktiven Out-of-Home- und digitalen Medien.

Im Segment OOH Deutschland erwarten wir einen organischen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich, der leicht über dem von ZenithOptimedia erwarteten Marktwachstum des Außenwerbemarktes von 3,7 Prozent¹² liegen wird.

Kostenseitig gehen wir von umsatzbedingt höheren Pachtabgaben und von im Wesentlichen inflationsbedingt angepassten direkten Kosten aus. Vor allem der weitere Aufbau der regionalen Verkaufsorganisation dürfte sich in einer Steigerung der Overhead-Kosten oberhalb der Inflationsrate niederschlagen.

Im nächsten Jahr rechnen wir in Deutschland mit einer stabilen Operational EBITDA-Marge im Vergleich zum Vorjahr.

¹¹ Hochrechnung des Vermarkter-Rankings nach Zusammenführung der Angebote von Ströer Digital, InteractiveMedia und OMS auf Basis des AGOF-Rankings 08/2015 Digital Facts.

¹² ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2016

Segment OOH International

Das Segment OOH International besteht neben BlowUP Media aus unseren operativen Tätigkeiten in der Türkei und in Polen. In der Türkei ist eine weitere Verschärfung der innen- und geopolitischen Spannungen, die sich negativ auf das wirtschaftliche Umfeld auswirken, weiterhin möglich, aber derzeit in unseren Prognosen nicht angenommen. In Polen beobachten wir trotz herausfordernder Bedingungen ein relativ stabiles Marktumfeld. Insgesamt rechnen wir im Segment OOH International mit einer organischen Umsatzentwicklung im niedrigen einstelligen Prozentbereich.

Vor dem Hintergrund des erwarteten leichten Umsatzanstiegs und des weiterhin gezielten Kostenmanagements sollte sich das Operational EBITDA bei konstanten Wechselkursen entsprechend im Jahr 2017 leicht verbessern.

Geplante Investitionen

Unsere Investitionstätigkeit im Prognosezeitraum konzentriert sich hauptsächlich auf den Neuaufbau und Austausch von Out-of-Home-Werbeträgern, vornehmlich aufgrund der Verlängerung oder Neuakquisition von Werbenutzungsrechten im öffentlichen Raum sowie Investitionen für die weitere Digitalisierung des Außenwerbebereichs. Wir planen außerdem die Umrüstung weiterer Beleuchtungssysteme mit LED-Technologie, um den Energieverbrauch unserer Werbeträger weiter zu senken, sowie Investitionen in spezielle Technologien. Im Digitalbereich konzentrieren wir uns auf Investitionen in unsere IT-Infrastruktur (unter anderem Auf- bzw. Ausbau unseres selbstentwickelten Ad-Servers) und die Erstellung eigener immaterieller Wirtschaftsgüter wie insbesondere Software und Datenmanagement-Plattformen. Außerdem investieren wir in die Erneuerung und Ausweitung unseres Public Video Inventars.

In unserem OOH International Segment sind im Jahr 2017 ähnliche Investitionen in Portfolioverbesserungen sowie das Bedienen kommunaler Verträge vorgesehen wie im Jahr 2016. Aufgrund der Nachfrage nach digitalen Werbemöglichkeiten im Großformat wird BlowUP Media seine Digital-Strategie fortsetzen und plant, an ausgesuchten, hoch frequentierten Standorten in europäischen Städten weitere digitale Werbeträger zu installieren. Auf Gruppenebene arbeiten wir fortlaufend an der Weiterentwicklung unserer IT-Landschaft.

In der Ströer Gruppe erwarten wir für das Geschäftsjahr 2017 – ohne Berücksichtigung von M&A-Aktivitäten – Gesamtinvestitionen um die 100 Millionen Euro. Ein erheblicher Teil der Investitionen ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass wir die Investitionssummen insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Markt- und Unternehmenslage bei Bedarf deutlich nach unten anpassen können.

Im Hinblick auf Investitionen für Unternehmenserwerbe (M&A) können wir prozessbedingt keine Prognose treffen. Wir prüfen laufend geeignete Akquisitionsmöglichkeiten unter dem Gesichtspunkt der nachhaltigen Wertsteigerung für das Unternehmen. Dabei halten wir aus heutiger Sicht weitere Konsolidierungsschritte im Bereich Digital sowie strategische Arrondierungen im Bereich Out-of-Home für möglich. Hinsichtlich bestehender Geschäftsbereiche prüfen wir regelmäßig verschiedene strategische Optionen, die auch M&A-Strategien einschließen können.

Erwartete Finanzlage

Die gegenüber dem Vorjahr erneut stärkere Ertragslage der Ströer Gruppe wird auch die Finanzlage nach unserer Erwartung weiter verbessern. Im Einzelnen sollte durch die verbesserte Ertragslage auch ein höherer Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit zu erwarten sein. Vor diesem Hintergrund und auf Basis der geplanten Investitionen in 2017, rechnen wir mit einem Free Cash-Flow vor M&A-Transaktionen von rund 145 Millionen Euro.

Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) sollte im nächsten Jahr stabil bleiben.

Die aktuelle Kreditfinanzierung der Ströer Gruppe ist bis Ende 2021 gesichert. Im Rahmen der neuen Refinanzierungen ist es uns gelungen, unsere Kreditkonditionen weiter zu verbessern. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet, dass auch unter Berücksichtigung von konjunkturellen und saisonalen Schwankungen ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Mit dem zum Ende des Berichtsjahres erreichten dynamischen Verschuldungsgrad (Leverage Ratio) von 1,2 liegen wir deutlich unter unserem Zielkorridor zwischen 2,0 und 2,5 und erwarten, diesen – vorbehaltlich weiterer Akquisitionen – noch leicht zu verbessern.

Wir sind unverändert der Auffassung, dass uns die bestehende Kreditfinanzierung ausreichenden Spielraum gibt, geplante Investitionen sowie zusätzlich sich bietende Geschäftschancen im Prognosezeitraum umzusetzen. Die Konditionen der Finanzierung werden von uns laufend an den aktuellen Entwicklungen der Fremdkapitalmärkte gemessen. Wirtschaftlich sinnvolle Chancen einer Konditionenanpassung werden wir bei Bedarf verfolgen.

NACHTRAGSBERICHT

Wir verweisen auf die im Konzern-Anhang gemachten Angaben über Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

ANGABEN GEMÄSS § 315 HGB NEBST ERLÄUTERNDEN BERICHT DER PERSÖNLICH HAFTENDEN GESELLSCHAFTERIN DER STRÖER SE & CO. KGAA

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Ströer SE & Co. KGaA wurde unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals am 2. November 2015 von 48.869.784,00 Euro um 6.412.715,00 Euro auf 55.282.499,00 Euro erhöht. Im Jahr 2016 hat es keine weiteren Anpassungen gegeben. Das Grundkapital ist in 55.282.499 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

Die Ströer Management SE, Düsseldorf, ist die persönlich haftende Gesellschafterin der Ströer SE & Co. KGaA. Sie hat keine Sondereinlage erbracht und ist weder am Gewinn und Verlust noch am Vermögen der Gesellschaft beteiligt.

Udo Müller besitzt 21,70 Prozent und Dirk Ströer 21,80 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Des Weiteren hält die Deutsche Telekom AG, Bonn, insgesamt 11,60 Prozent der Anteile an der Ströer SE & Co. KGaA. 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.

Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über Beginn und Ende der Geschäftsführungs- und Vertretungsbefugnis der persönlich haftenden Gesellschafterin sowie über Satzungsänderungen

Die Satzung der Ströer SE & Co. KGaA regelt in § 8 die näheren Bestimmungen hinsichtlich eines etwaigen Ausscheidens der persönlich haftenden Gesellschafterin und der weiteren Fortführung der Ströer SE & Co. KGaA. Über Satzungsänderungen beschließt gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 AktG die Hauptversammlung. Die näheren Verfahrensregelungen sind in § 181 AktG in Verbindung mit § 9 der Satzung der Ströer SE & Co. KGaA enthalten.

Befugnisse der persönlich haftenden Gesellschafterin zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

Die persönlich haftende Gesellschafterin ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 17. Juni 2019 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 12.525.780,00 Euro (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig Euro) durch Ausgabe von bis zu 12.525.780 (in Worten: zwölf Millionen fünfhundertfünfundzwanzigtausendsiebenhundertachtzig) neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2014), jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 das genehmigte Kapital gemäß § 5 Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch vorhanden ist.

Das Grundkapital ist um bis zu 2.274.700,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 2.274.700 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine

Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6A Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 8. August 2013 und unter Berücksichtigung des Umwandlungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

Das Grundkapital ist um bis zu 2.123.445,00 Euro durch Ausgabe von bis zu Stück 2.123.445 auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2015). Diese bedingte Kapitalerhöhung gilt jedoch höchstens bis zu dem Betrag und der Anzahl von Aktien, in dessen bzw. deren Höhe im Zeitpunkt des Wirksamwerdens des Formwechsels der Ströer SE in eine Kommanditgesellschaft auf Aktien gemäß Umwandlungsbeschluss vom 25. September 2015 die bedingte Kapitalerhöhung gemäß § 6B Abs. 1 der Satzung der Ströer SE noch nicht durchgeführt ist. Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Rechten an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2015, zu deren Ausgabe der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 25. September 2015 ermächtigt wurde. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber von Aktienoptionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 25. September 2015 gewährt wurden, diese Aktienoptionsrechte ausüben und die Gesellschaft die Aktienoptionsrechte nicht durch Barzahlung erfüllt.

Das Grundkapital der Gesellschaft wird um bis zu 11.056.400,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 11.056.400 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). 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 23. Juni 2016 unter Tagesordnungspunkt 12 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder von einem Beteiligungsunternehmen gegen Barleistung begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zu dem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- oder Optionspreis. 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 Nutzung 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. Wandlungsrechten oder durch die Erfüllung von Wandlungspflichten entstehen, am Gewinn teil. Die persönlich haftende Gesellschafterin wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

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

Facility Agreement/Schuldscheindarlehen

Zwischen der Ströer SE & Co. KGaA und einem Konsortium aus verschiedenen Banken und Finanzinstituten besteht ein Kreditvertrag (Facility Agreement), auf dessen Grundlage das Konsortium an die Gesellschaft eine Kreditlinie von 600 Millionen Euro eingeräumt hat. Durch dieses im Jahr 2016 neu abgeschlossene Facility Agreement wurde ein bis dahin bestehendes Agreement aus dem Jahr 2014 abgelöst. Des Weiteren hat die Ströer SE & Co. KGaA im Jahr 2016 ein Schuldscheindarlehen mit einem Volumen von 170 Millionen Euro am Kapitalmarkt platziert.

Die Bedingungen im Hinblick auf einen Kontrollwechsel entsprechen sowohl im Facility Agreement als auch im Schuldscheindarlehen den marktüblichen Vereinbarungen. Sie führen nicht zur automatischen Beendigung, sondern räumen unseren Vertragspartnern für den Fall eines Kontrollwechsels lediglich die Möglichkeit ein, diese Bedingungen zu kündigen.

Put-Option

Einem nicht beherrschenden Gesellschafter der türkischen Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.Ş. wurde im Jahr 2010 in Bezug auf seine Anteile an der türkischen Gesellschaft das Recht eingeräumt, diese im Fall eines Kontrollwechsels im Rahmen einer Put-Option der Ströer SE & Co. KGaA anzudienen.

Ströer SE & Co. KGaA
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
Telefon +49 (0) 2236 . 96 45-0
Telefax +49 (0) 2236 . 96 45-299
www.stroeer.com

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2016

AKTIVA

	31.12.2016 EUR	07.01.2016 EUR
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	170.151,00 <u>170.151,00</u>	0,00 <u>0,00</u>
Sachanlagen Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	806,00 <u>806,00</u>	0,00 <u>0,00</u>
Finanzanlagen Anteile an verbundenen Unternehmen Ausleihungen an verbundene Unternehmen	43.495.327,55 3.693.594,00 <u>47.188.921,55</u> <u>47.359.878,55</u>	0,00 0,00 <u>0,00</u> <u>0,00</u>
UMLAUFVERMÖGEN		
Vorräte Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	284.926,29 <u>284.926,29</u>	0,00 <u>0,00</u>
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände Forderungen aus Lieferungen und Leistungen Forderungen gegen verbundene Unternehmen Sonstige Vermögensgegenstände	24.514,00 166.235,81 1.438.947,95 <u>1.629.697,76</u>	0,00 0,00 0,00 <u>0,00</u>
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	76.956,77 <u>1.991.580,82</u>	25.000,00 <u>25.000,00</u>
NICHT DURCH EIGENKAPITAL GEDECKTER FEHLBETRAG	1.741.315,93	0,00
	<u>51.092.775,30</u>	<u>25.000,00</u>

PASSIVA

	31.12.2016 EUR	07.01.2016 EUR
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
Jahresfehlbetrag	-1.766.315,93	
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	1.741.315,93 <u>0,00</u>	0,00 <u>25.000,00</u>
RÜCKSTELLUNGEN		
Sonstige Rückstellungen	5.352.965,87 <u>5.352.965,87</u>	0,00 <u>0,00</u>
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 538.568,24 (Vorjahr: EUR 0,00)	538.568,24	0,00
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen - davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 44.973.089,14 (Vorjahr: EUR 0,00)	44.973.089,14	0,00
- davon gegenüber Gesellschaftern: EUR 44.971.268,37 (Vorjahr: EUR 0,00)		
- davon mit Rangrücktritt: EUR 44.560.000,00 (Vorjahr: EUR 0,00)		
Sonstige Verbindlichkeiten	228.152,05	0,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 228.152,05 (Vorjahr: EUR 0,00)		
- davon aus Steuern: EUR 6.661,45 (Vorjahr: EUR 0,00)		
	<u>45.739.809,43</u>	<u>0,00</u>
	<u>51.092.775,30</u>	<u>25.000,00</u>

Köln, 14. März 2017



Dr. Bernd Metzner



Christoph Schallenberg



Marc Schmitz

Anlage 2

STRÖER DIGITAL COMMERCE GMBH, KÖLN

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DAS RUMPFGESCHÄFTSJAHR VOM 7. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2016

	<u>07.01 - 31.12.2016</u> <u>EUR</u>
Umsatzerlöse	1.060.032,61
Sonstige betriebliche Erträge	107,98
Materialaufwand	
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	-1.039.814,34
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-17.425,42
Personalaufwand	
Löhne und Gehälter	-62.610,15
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-8.967,61
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-15.669,45
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.270.701,18
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-411.268,37
- davon an verbundene Unternehmen: EUR -411.268,37 (Vorjahr: EUR 0,00)	
<u>Ergebnis nach Steuern</u>	<u>-1.766.315,93</u>
<u>Jahresfehlbetrag</u>	<u>-1.766.315,93</u>

Köln, 14. März 2017



Dr. Bernd Metzner



Christoph Schallenberg



Marc Schmitz