

STRÖER MEDIA AG, KÖLN

STRÖER

JAHRESABSCHLUSS UND BERICHT ÜBER DIE
LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS 2013

Ströer Media AG, Köln

Bilanz zum 31. Dezember 2013

AKTIVA	31.12.2013 EUR	31.12.2012 EUR	PASSIVA	31.12.2013 EUR	31.12.2012 EUR
ANLAGEVERMÖGEN			EIGENKAPITAL		
Immaterielle Vermögensgegenstände			Gezeichnetes Kapital	48.869.784,00	42.098.238,00
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.151.974,83	2.350.201,74	- Bedingtes Kapital: EUR 14.952.400,00 (Vorjahr: EUR 11.776.000,00)		
Geleistete Anzahlungen	10.441.520,46	3.910.384,67	Kapitalrücklage	341.650.227,64	298.921.773,64
	13.593.495,29	6.260.586,41	Gewinnrücklagen		
			Andere Gewinnrücklagen	66.445.994,26	46.459.274,92
Sachanlagen			Bilanzgewinn	48.631.440,86	39.986.719,34
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	2.235.874,94	2.463.822,85		505.597.446,76	427.466.005,90
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	95.154,64	95.283,29	RÜCKSTELLUNGEN		
	2.331.029,58	2.559.106,14	Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	32.349,00	30.629,00
Finanzanlagen			Steuerrückstellungen	3.931.241,03	12.093.147,38
Anteile an verbundenen Unternehmen	454.600.972,34	348.462.790,84	Sonstige Rückstellungen	19.131.965,86	9.466.206,42
Ausleihungen an verbundenen Unternehmen	99.321.614,15	95.249.259,74		23.095.555,89	21.589.982,80
Sonstige Ausleihungen	29.000,00	0,00	VERBINDLICHKEITEN		
	553.951.586,49	443.712.050,58	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	57.511.897,01	29.013.680,59
	569.876.111,36	452.531.743,13	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 511.876,65 (Vorjahr: EUR 4.013.680,59)		
UMLAUFVERMÖGEN			Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.508.854,35	3.418.289,15
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 4.508.854,35 (Vorjahr: EUR 3.418.289,15)		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	99.448,01	4.080,15	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	28.318.696,98	982.108,00
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	49.533.093,50	35.877.255,12	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 28.318.696,98 (Vorjahr: EUR 982.108,00)		
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	170,65	0,00	Sonstige Verbindlichkeiten	1.204.284,11	1.099.417,34
Sonstige Vermögensgegenstände	4.418.809,52	5.409.600,26	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 1.204.284,11 (Vorjahr: EUR 1.099.417,34)		
	54.051.521,68	41.290.935,53	- davon aus Steuern: EUR 326.703,44 (Vorjahr: EUR 323.347,87)		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	9.246.752,65	3.017.315,68		91.543.732,45	34.513.495,08
	63.298.274,33	44.308.251,21	PASSIVE LATENTE STEUERN	15.752.667,94	16.663.704,27
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	2.815.017,35	3.393.193,71		635.989.403,04	500.233.188,05
	635.989.403,04	500.233.188,05			

Ströer Media AG, Köln

Gewinn- und Verlustrechnung für 2013

	2013 EUR	2012 EUR
Andere aktivierte Eigenleistungen	826.405,45	398.922,56
Sonstige betriebliche Erträge	21.827.506,73	21.345.706,08
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung: EUR 2.501,97 (Vorjahr: EUR 1.078,75)		
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-15.521.417,04	-13.929.360,86
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-1.474.754,05	-1.423.065,64
- davon für Altersversorgung: EUR 16.382,26 (Vorjahr: EUR 26.978,76)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-3.962.238,91	-1.503.858,87
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-19.523.749,23	-20.198.090,08
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung: EUR 25.019,97 (Vorjahr: EUR 14.668,29)		
Erträge aus Beteiligungen	295.438,43	740.057,54
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 295.438,43 (Vorjahr: EUR 740.057,54)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	47.494.866,80	30.395.753,75
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	8.132.257,33	7.870.844,57
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 8.132.257,33 (Vorjahr: EUR 7.866.810,93)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	174.365,30	275.180,56
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 33.522,46 (Vorjahr: EUR 15.229,74)		
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.516.985,91	-4.378.160,74
- davon an verbundene Unternehmen: EUR 38.888,96 (Vorjahr: EUR 262.079,75)		
- davon Aufwendungen aus der Abzinsung: EUR 1.683,17 (Vorjahr: EUR 1.635,58)		
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	33.751.694,90	19.593.928,87
Außerordentliche Aufwendungen	-26.322,50	-873,00
- davon Aufwendungen aus der Anwendung der Art. 66 und 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB (Übergangsvorschriften zum BilMoG): EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 873,00)		
Außerordentliches Ergebnis	-26.322,50	-873,00
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.032.608,55	570.584,37
- davon Ertrag/Aufwand aus der Veränderung bilanzierter latenter Steuern: EUR 911.036,33 Ertrag (Vorjahr: EUR 4.017.057,73 Ertrag)		
Sonstige Steuern	-61.322,99	-176.920,90
Jahresüberschuss	28.631.440,86	19.986.719,34
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	39.986.719,34	46.042.932,40
Einstellungen in andere Gewinnrücklagen	-19.986.719,34	-26.042.932,40
Bilanzgewinn	48.631.440,86	39.986.719,34

Ströer Media AG, Köln

Anhang für 2013

A. Allgemeine Hinweise

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

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

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

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

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

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

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden und wurden als sofort abgegangen unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 wird das steuerliche Sammel-

postenverfahren 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 35 (Vj.: TEUR 50).

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 4,90 Prozent gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen wurden mit 2,0 Prozent und erwartete Rentensteigerungen mit 1,0 Prozent berücksichtigt. Es wurde keine Fluktuation berücksichtigt.

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

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie wurden in Höhe des nach vernünftiger

kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (d. h. einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) angesetzt. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden abgezinst.

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

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

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

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der 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		
	1.1.2013 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2013 EUR	1.1.2013 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2013 EUR	31.12.2013 EUR	31.12.2012 EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	6.549.224,89	1.765.132,18	0,00	260.980,73	8.575.337,80	4.199.023,15	1.224.339,82	0,00	5.423.362,97	3.151.974,83	2.350.201,74
Geleistete Anzahlungen	3.910.384,67	8.970.116,52	0,00	-260.980,73	12.619.520,46	0,00	2.178.000,00	0,00	2.178.000,00	10.441.520,46	3.910.384,67
	10.459.609,56	10.735.248,70	0,00	0,00	21.194.858,26	4.199.023,15	3.402.339,82	0,00	7.601.362,97	13.593.495,29	6.260.586,41
SACHANLAGEN											
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	6.403.178,72	266.161,42	65.712,71	73.980,31	6.677.607,74	3.939.355,87	559.899,09	57.522,16	4.441.732,80	2.235.874,94	2.463.822,85
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	95.283,29	73.851,66	0,00	-73.980,31	95.154,64	0,00	0,00	0,00	0,00	95.154,64	95.283,29
	6.498.462,01	340.013,08	65.712,71	0,00	6.772.762,38	3.939.355,87	559.899,09	57.522,16	4.441.732,80	2.331.029,58	2.559.106,14
FINANZANLAGEN											
Anteile an verbundenen Unternehmen	349.026.654,91	106.138.181,50	0,00	0,00	455.164.836,41	563.864,07	0,00	0,00	563.864,07	454.600.972,34	348.462.790,84
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	95.249.259,74	6.835.286,22	2.762.931,81	0,00	99.321.614,15	0,00	0,00	0,00	0,00	99.321.614,15	95.249.259,74
Sonstige Ausleihungen	0,00	33.000,00	4.000,00	0,00	29.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	29.000,00	0,00
	444.275.914,65	113.006.467,72	2.766.931,81	0,00	554.515.450,56	563.864,07	0,00	0,00	563.864,07	553.951.586,49	443.712.050,58
	461.233.986,22	124.081.729,50	2.832.644,52	0,00	582.483.071,20	8.702.243,09	3.962.238,91	57.522,16	12.606.959,84	569.876.111,36	452.531.743,13

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 2.178 aufgrund eingeschränkter künftiger Nutzbarkeit.

b) Finanzanlagen

Die SMH hat am 16. Mai 2012 einen Kaufvertrag über weitere 15 Prozent der Anteile an der blowUP Media GmbH, Köln, (im Folgenden „BUM“) abgeschlossen. Der Kauf war aufschiebend befristet und ist zum 1. Januar 2013 wirksam geworden. Durch diesen Erwerb hat sich der von der Ströer AG gehaltene Anteil an der BUM von 75 Prozent auf 90 Prozent erhöht. Der Mindestkaufpreis für die zusätzlichen Anteile betrug TEUR 5.979 und ist im Jahr 2013 beglichen worden. Darüber hinaus enthält der Kaufvertrag Kaufpreisanpassungsklauseln, deren Effekt zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden kann, die aber im Falle einer deutlichen positiven Geschäftsentwicklung in den nächsten Jahren zu weiteren Auszahlungen führen können.

Mit Wirkung zum 4. April 2013 hat die SMH 91,02 Prozent der Anteile an der adscale GmbH, München, (im Folgenden „adscale“) erworben. Die Beurkundung des entsprechenden Kaufvertrages hat bereits am 14./15. Dezember 2012 stattgefunden. Der Kaufpreis belief sich auf TEUR 19.792.

Des Weiteren hat die SMH mit wirtschaftlicher Wirkung zum 3. Juni 2013 sämtliche Anteile an der Ströer Digital Group GmbH, Köln, (im Folgenden „SDG“) zu Anschaffungskosten von TEUR 60.205 erworben. Die SDG ist eine reine Holdinggesellschaft, die unter anderem sämtliche Anteile an der Ströer Digital Media GmbH, Köln, (hervorgegangen aus der früheren Ströer Interactive GmbH, Köln, und der freeXmedia GmbH, Köln) sowie 50,4 Prozent der Anteile an der Business Advertising GmbH, Düsseldorf, hält. Die Begleichung des Basiselements der Kaufpreisverbindlichkeit erfolgte durch die Ausgabe von 6.771.546 neuer Aktien der SMH zum Ausgabekurs von EUR 7,31. Kaufpreisverbindlichkeiten aus vertraglich vereinbarten Preisanpassungsklauseln (Earn-Out-Vereinbarungen) werden in bar beglichen. Die Vertragsparteien hatten sich ursprünglich mit Vertrag vom 21./22. Dezember 2012 darauf verständigt, dass die Anteile an den drei Tochtergesellschaften direkt von der SMH erworben werden sollten. Dieses Vorhaben wurde mit Vertrag vom 10. Mai 2013 dahingehend geändert, dass die SMH wie oben beschrieben die Anteile an der SDG erwirbt.

Ferner hat die SMH mit Gesellschafterbeschluss vom 25. Juni 2013 ihre Anteile an der adscale im Wege einer Sacheinlage in die Ströer Digital Group GmbH eingebracht, so dass sie per 31. Dezember 2013 keine direkten Anteile mehr an der adscale hält.

Zum 31. Dezember 2013 betrug der Beteiligungsbuchwert der SDG TEUR 80.050.

Die SMH hat darüber hinaus mit Wirkung zum 31. Juli 2013 insgesamt 53,4 Prozent der Anteile an der Ballroom International CEE Holding GmbH, Glonn, erworben. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile an der Gruppe beträgt TEUR 19.812. Von diesem Betrag wurden TEUR 19.500 bereits im Geschäftsjahr 2013 gezahlt. Nach Abschluss dieser Transaktion sind ebenfalls im Jahr 2013 zwei nicht beherrschende Gesellschafter aus der Ballroom Holding ausgeschieden. Im Gegenzug für ihr Ausscheiden haben diese Gesellschafter sechs kleinere Gesellschaften der Ballroom Gruppe übernommen. Durch das Ausscheiden der zwei Gesellschafter hat sich der Anteil der SMH an der Ballroom Holding auf 62,3 Prozent erhöht.

Die Veränderung der Ausleihungen an verbundene Unternehmen beinhaltet zum einen den Zugang von Zinsforderungen des Geschäftsjahres 2013 gegenüber der Ströer Polska Sp. Z.o.o., Warschau/Polen, in Höhe von TEUR 2.885 sowie zum anderen die Gewährung einer Ausleihung in Höhe von TEUR 2.600 an die SDG und die Erhöhung der Ausleihung an die Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, um TEUR 1.350. Gegenläufig wirkten sich Rückzahlungen von Ausleihungen durch Ströer Polska Sp. Z.o.o. (TEUR 2.163) sowie durch die SDG (TEUR 600) aus.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2013 TEUR	31.12.2012 TEUR
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	100	4
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	49.533	35.877
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	0	0
Sonstige Vermögensgegenstände	4.419	5.410
davon Restlaufzeit von mehr als einem Jahr	513	533
	54.052	41.291

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 47.495 (Vj.: TEUR 30.396) aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „SMD“) sowie aus dem Lieferungs- und Leistungsverkehr in Höhe von TEUR 2.038 (Vj.: TEUR 2.853). Im Vorjahr bestand eine zusätzliche Forderung aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des SMH-Konzerns in Höhe von TEUR 2.628. In den sonstigen Vermögensgegenständen werden vor allem Steuererstattungsansprüche in Höhe von TEUR 3.666 (Vj.: TEUR 4.714) sowie Kautionen in Höhe von TEUR 326 (Vj.: TEUR 326) und Zinsforderungen in Höhe von TEUR 200 (Vj.: TEUR 75) ausgewiesen.

3. Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthalten im Wesentlichen Gebühren für Banken und Berater im Rahmen der in 2012 neu abgeschlossenen Refinanzierung in Höhe von TEUR 2.464 (Vj.: TEUR 2.836), die über die Laufzeit des Darlehens bis zum 27. Juli 2017 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 14. Juli 2010 in das Handelsregister eingetragenen Ermächtigung (Genehmigtes Kapital I) von TEUR 42.098 um TEUR 6.772 auf TEUR 48.870 erhöht.

Die Erhöhung erfolgte am 3. Juni 2013 im Wege einer Sacheinlage durch Ausgabe von 6.771.546 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit voller Dividendenberechtigung. Das gezeichnete Kapital ist damit eingeteilt in 48.869.784 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Nennwert von 1 EUR, die voll eingezahlt sind.

Genehmigtes Kapital I

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

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

- (i) um Spitzenbeträge von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen;
- (ii) wenn die Kapitalerhöhung gegen Sacheinlagen erfolgt, insbesondere – aber ohne Beschränkung hierauf – zum Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- (iii) wenn die Kapitalerhöhung gegen Bareinlagen erfolgt und der Ausgabebetrag der neuen Aktien den Börsenkurs der bereits börsennotierten Aktien gleicher Gattung und Ausstattung zum Zeitpunkt der endgültigen Festlegung des Ausgabebetrags nicht wesentlich im Sinne der §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 S. 4 AktG unterschreitet und der auf die nach dieser Ziffer (iii) unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegebenen neuen Aktien entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreitet, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung, noch im Zeitpunkt ihrer Ausübung. Auf diesen Höchstbetrag ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf neue oder eigene Aktien entfällt, die seit dem 13. Juli 2010 unter vereinfachtem Bezugsrechtsausschluss gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegeben oder veräußert worden sind, sowie der anteilige Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien entfällt, auf die sich Options- und/oder Wandlungsrechte bzw. -pflichten aus Schuldverschreibungen oder Genussrechten beziehen, die seit dem 13. Juli 2010 in entsprechender Anwendung von § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegeben worden sind; und/oder
- (iv) soweit dies erforderlich ist, um Inhabern von Optionsscheinen oder Gläubigern von Wandelschuldverschreibungen oder Genussrechten mit Wandlungs- oder Optionsrecht, die von der Gesellschaft oder von ihr abhängigen oder in ihrem Mehrheitsbesitz stehenden Unternehmen ausgegeben werden, ein Bezugsrecht auf neue Aktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung der Options- oder Wandlungsrechte oder nach Erfüllung der Wandlungspflicht zustünde.

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

Nachdem das Genehmigte Kapital I am 3. Juni 2013 teilweise in Höhe von TEUR 6.772 im Wege der Sacheinlage ausgeübt wurde, beträgt das Genehmigte Kapital I noch TEUR 12.167.

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu TEUR 11.776 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zudem nach Maßgabe des vorstehend bezeichneten Ermächtigungsbeschlusses jeweils zu bestimmenden Wandlungs- und Optionspreisen. Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Wandlungs- oder Optionsrechten Gebrauch gemacht wird oder wie die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen und soweit nicht ein Barausgleich gewährt oder eigene Aktien oder neue Aktien aus einer Ausnutzung eines genehmigten Kapitals zur Bedienung eingesetzt werden. Die neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahres an, in dem sie durch Ausübung von Options- bzw. 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 der Gesellschaft ist um bis zu TEUR 3.176,4 durch Ausgabe von bis zu 3.176.400 neuen auf den Inhaber lautenden 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 Be-

ginn 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.

c) 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.

Diese hat sich im Vergleich zum Vorjahr im Zusammenhang mit dem Erwerb der SDG um TEUR 42.728 erhöht, da das Agio bei der Ausgabe der 6.771.546 neuen Aktien in Höhe von EUR 6,31 pro Aktie in die Kapitalrücklage eingestellt wurde. Wir verweisen auch auf unsere Erläuterungen unter C.1.b).

d) Gewinnrücklagen

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 8. August 2013 wurden TEUR 19.987 aus dem Bilanzgewinn 2012 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

e) Bilanzgewinn

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 8. August 2013 wurden TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2012 auf neue Rechnung vorgetragen.

5. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Für ein ehemaliges Vorstandsmitglied hat die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2010 eine Versorgungszusage ausgesprochen. Diese Versorgungszusage wird jedoch vollständig durch Entgeltumwandlung durch das Vorstandsmitglied selbst finanziert, so dass der Gesellschaft hieraus keine zusätzlichen Aufwendungen entstehen. Die Höhe der Rückstellung für Pensionen entspricht in voller Höhe der Rückdeckungsversicherung. Der Wert der Rückdeckungsversicherung beträgt zum 31. Dezember 2013 TEUR 841 (Vj.: TEUR 639). In 2013 wurden Aufwendungen und Erträge in Höhe von TEUR 202 verrechnet.

Ferner wurden in der SMH Rückstellungen für Pensionen in Höhe von TEUR 32 gebildet.

6. Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 2.690 (Vj.: TEUR 7.258) sowie Rückstellungen für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 1.241 (Vj.: TEUR 4.637).

7. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Earn-Out-Vereinbarungen aus Unternehmenskäufen	11.017
Personalarückstellungen	4.619
Drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	1.828
Ausstehende Rechnungen	1.350
Abschluss- und Prüfungskosten	276
Übrige	42
Summe	19.132

Hinsichtlich der Rückstellungen im Zusammenhang mit Earn-out-Vereinbarungen aus den in 2013 durchgeführten Unternehmenskäufen verweisen wir auf unsere Ausführungen unter C.1.b).

8. Verbindlichkeiten

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

	Gesamt- Betrag TEUR	davon mit einer Restlaufzeit		
		bis zu einem Jahr TEUR	von ein bis fünf Jahren TEUR	über fünf Jahre TEUR
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	57.512 <i>(Vj. 29.014)</i>	512 <i>(Vj. 4.014)</i>	57.000 <i>(Vj. 25.000)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.509 <i>(Vj. 3.418)</i>	4.509 <i>(Vj. 3.418)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	28.319 <i>(Vj. 982)</i>	28.319 <i>(Vj. 982)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
Sonstige Verbindlichkeiten	1.204 <i>(Vj. 1.099)</i>	1.204 <i>(Vj. 1.099)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>
	91.544 <i>(Vj. 34.513)</i>	34.544 <i>(Vj. 9.513)</i>	57.000 <i>(Vj. 25.000)</i>	0 <i>(Vj. 0)</i>

a) Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

i) Darlehensverbindlichkeit

Am 27. Juli 2012 haben die SMH und die SMD ein syndiziertes Darlehen in einem Volumen von insgesamt TEUR 500.000 (einschließlich Kreditlinie) bei einem Bankenkonsortium aufgenommen („Facility Agreement“). Das Konsortium steht unter der Führung der Commerzbank AG, Filiale Luxemburg, als Kreditagent und besteht aus insgesamt zehn Geschäftsbanken. Durch dieses Darlehen wurde die zuvor bestehende Finanzierung abgelöst. Der syndizierte Kredit hat eine Laufzeit von 5 Jahren bis zum 27. Juli 2017 und ist in eine so genannte Term Loan Tranche in Höhe von TEUR 275.000 und eine Revolving Credit Facility (RCF) Tranche (Kreditlinie) in Höhe von TEUR 225.000 aufgeteilt. Er wird mit einer variablen Marge auf den jeweiligen EURIBOR-Referenzzinssatz verzinst. Dabei hängt die zu zahlende Marge von definierten Finanzkennzahlen und von der Form des Kreditproduktes (Term Loan oder RCF) ab und bewegt sich zwischen 175 bps und 360 bps. Zum 31. Dezember 2013 beträgt die Marge 310 bps für den Term Loan und 260 bps für die RCF Tranche.

Während der Term Loan der SMD zugeordnet ist, verfügt die SMH über die RCF Tranche, welche sie zum 31. Dezember 2013 in Höhe von TEUR 57.000 in Anspruch genommen hat. Die nächste Zinszahlung für die RCF Tranche erfolgt am 6. Mai 2014.

ii) Zinsen aus dem Facility Agreement

Zum Ende des Geschäftsjahres steht die Zinsabrechnung für den Zeitraum vom 4. November 2013 bis 6. Mai 2014 für die RCF Tranche noch aus. Hierfür wird für den Zeitraum vom 4. November 2013 bis 31. Dezember 2013 eine Zinsverbindlichkeit in Höhe von TEUR 258 (Vj.: TEUR 125) ausgewiesen.

iii) Gebühren aus dem Facility Agreement

Im Rahmen der Aufnahme der neuen Refinanzierung sind in den Geschäftsjahren 2012 und 2013 Kreditbereitstellungsgebühren in Höhe von insgesamt TEUR 7.500 angefallen. Die SMH hat hiervon entsprechend des von ihr übernommenen Anteils an der Refinanzierung einen Betrag in Höhe von TEUR 3.375 wirtschaftlich getragen und aktiviert. Der Betrag wird über die Laufzeit des Facility Agreement linear abgeschrieben. Er beläuft sich zum 31. Dezember 2013 auf TEUR 2.464 (Vj.: TEUR 2.836).

Des Weiteren stehen zum 31. Dezember 2013 die ca. alle 3 Monate durchgeführten Abrechnungen von Bereitstellungsprovisionen für den nicht in Anspruch genommenen Teil des Kreditrahmens aus. Die Verbindlichkeiten daraus betragen zum Stichtag TEUR 221 (Vj.: TEUR 270).

b) Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen resultieren in Höhe von TEUR 26.426 (Vj.: TEUR 0) aus dem Cash-Pooling mit Gesellschaften des SMH-Konzerns. Des Weiteren beinhalten sie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.893 (Vj.: TEUR 982).

c) Sonstige Verbindlichkeiten

Die sonstigen Verbindlichkeiten enthalten insbesondere Zinsverbindlichkeiten, die in Höhe von TEUR 871 (Vj.: TEUR 752) auf Zinsswap-Geschäfte zurückzuführen sind. Weiterhin bestehen zum Bilanzstichtag Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer für das Geschäftsjahr 2013 in Höhe von TEUR 327 (Vj. TEUR 323).

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 15.753 (Vj.: TEUR 16.664). 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 15.901 (Vj.: TEUR 24.411) resultieren maßgeblich aus steuerlich nutzbaren Verlustvorträgen und aus dem Zinsvortrag zum 31. Dezember 2013.

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

in TEUR	31.12.2013		31.12.2012	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	2	7.865	0	10.764
Sachanlagen	163	0	119	68
Finanzanlagen	0	21.601	0	28.063
Pensionsrückstellungen	346	0	198	0
Sonstige Rückstellungen	3.027	2.189	3.945	2.180
Verbindlichkeiten	329	0	62	0
Latente Steuern	3.687	31.654	4.324	41.075
Zinsvorträge	5.426	0	11.428	0
Verlustvorträge	6.607	0	8.659	0
Gesamt	15.901	31.654	24.411	41.075
Saldierung	-15.901	-15.901	-24.411	-24.411
Bilanzansatz	0	15.753	0	16.664

Zum 31. Dezember 2013 bestehen steuerliche Verlustvorträge für Körperschaftsteuer in Höhe von TEUR 41.758 (Vj.: TEUR 50.620) und für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 0 (Vj.: TEUR 3.900). Darüber hinaus besteht ein Zinsvortrag zum 31. Dezember 2013 in Höhe von TEUR 16.721 (Vj.: TEUR 35.218). Unter Berücksichtigung der steuerlich nutzbaren Verlustvorträge, der Mindestbesteuerung im Jahr 2013 sowie der aktiven latenten Steuern auf den bestehenden Zinsvortrag ergibt sich eine Steuerquote für die SMH in Höhe von 17,58 Prozent.

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Andere aktivierte Eigenleistungen

Im Rahmen der Anschaffung einer einheitlichen IT-Anwendungslandschaft im Ströer Konzern wurden im Geschäftsjahr 2013 Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 826 (Vj.: TEUR 399) aktiviert.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2013
	TEUR
Erträge aus kaufmännischen und technischen Serviceleistungen	17.735
Erträge aus weiterberechneten Kosten	3.153
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	905
Übrige Erträge	35
	21.828

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen resultieren in erster Linie aus der Auflösung von Rückstellungen für potenzielle Schadenersatzleistungen in Höhe von TEUR 500. Des Weiteren beinhalten sie Erträge aus der Auflösung von Bonusrückstellungen sowie von Rückstellungen für ausstehende Rechnungen. In den übrigen Erträgen sind periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 6 im Wesentlichen aus der Erstattung von Mitarbeiter-Reisekosten für 2012 enthalten.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten insbesondere Kosten im Zusammenhang mit IT (TEUR 5.458), Rechts- und Beratungskosten (TEUR 3.519), Aufwendungen, die an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden (TEUR 3.153), Reisekosten (TEUR 867), Datenkommunikationskosten (TEUR 681), Raumkosten (TEUR 673) sowie kaufmännische Serviceleistungen von Konzerngesellschaften (TEUR 397).

4. Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen resultieren aus einer Ausschüttung der blowUP Media UK Ltd., London/Großbritannien, in Höhe von TEUR 295 an die SMH gemäß Gesellschafterbeschluss vom 11. Dezember 2013.

5. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen

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

6. Außerordentliche Aufwendungen

Die außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 26 beinhalten die Kosten der Kapitalerhöhung in 2013.

7. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

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

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Körperschaftsteuer inkl. Solidaritätszuschlag in Höhe von TEUR 1.097 sowie Aufwendungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 4.845. Des Weiteren beinhalten sie Erträge für die Bildung latenter Steuern in Höhe von TEUR 911.

E. Sonstige Angaben

1. Kapitalflussrechnung

	2013 TEUR	2012 TEUR
1. Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		
Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten und vor Ergebnisabführung/Ergebnisübernahme	28.658	19.988
Abschreibungen (+)/Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	3.962	1.504
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-8.559	5.599
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-49.069	-35.095
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	-2	19
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	31.138	29.882
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-672	2.593
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit	5.456	24.490
2. Cash-Flow aus Investitionstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	10	1
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-340	-1.001
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	0	1
Auszahlungen (-) für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-10.735	-6.227
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	2.767	376
Auszahlungen (-) für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-48.315	-84
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-56.613	-6.934
3. Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit		
Auszahlungen (-) für Eigenkapitalbeschaffungen	-26	0
Ein- (+) / Auszahlungen (-) aus Cash-Pool Finanzierung	29.054	-132.415
Einzahlung (+) aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	50.000	38.641
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten	-21.641	-31.350
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	57.387	-125.124
4. Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds (Zwischensummen 1 - 3)	6.230	-107.568
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	3.017	110.585
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	9.247	3.017
5. Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Liquide Mittel	9.247	3.017
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	9.247	3.017

2. Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

a) Haftungsverhältnisse

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

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 vorzeitig am 14. Januar 2014.

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

Neben den Haftungsverhältnissen bestehen in Höhe von TEUR 17.682 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 0). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen unter anderem folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

■ bis zu einem Jahr:	TEUR	2.445
■ 1 – 5 Jahre:	TEUR	7.642
■ größer 5 Jahre:	TEUR	5.918

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	1.091
■	1 – 5 Jahre:	TEUR	586

Weiterhin bestehen Verpflichtungen aus gewährten Put-Optionen an Minderheitsgesellschafter, deren Ausübungsbedingungen zum 31. Dezember 2013 nicht erfüllt waren. Der theoretische Wert der aus diesen Optionen resultierenden potentiellen Verbindlichkeiten beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 17.702. 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 bestehen trotz neu strukturierter Finanzierung des Konzerns und Rückzahlung der Darlehen in 2012 unverändert fort und laufen zum 1. Januar 2015 aus. Sie stehen in keinem Sicherungszusammenhang.

Kategorie	Art	Umfang TEUR	Zeitwert inkl. Zinsabgrenzung TEUR	Buchwert Bilanzposition
Zinsbezogen	Swap	40.000	TEUR -2.533	TEUR 871 sonstige Verbindlichkeiten TEUR 1.662 sonstige Rückstellungen

Der oben dargestellte beizulegende Zeitwert wurde im Rahmen einer Discounted-Cash-Flow-Methode auf Basis der relevanten Marktdaten (Zinsstrukturkurven) zum Stichtag 31. Dezember 2013 ermittelt.

4. Außerbilanzielle Geschäfte

Die Gesellschaft hat betriebliche Funktionen an eine Konzerngesellschaft ausgelagert, die diese Funktionen im Rahmen eines Shared Service Centers für einen wesentlichen Teil der Ströer Konzerngesellschaften übernimmt. Der Zweck des Geschäfts liegt in einer Hebung von Synergieeffekten durch die Zentralisierung und Standardisierung von Prozessabläufen, die zu quantitativen und qualitativen Vorteilen führen. Im Geschäftsjahr 2013 sind der Gesellschaft daraus Aufwendungen in Höhe von insgesamt TEUR 397 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	951	295
Bezug von Dienstleistungen	638	23
Erbringen sonstiger Leistungen	8.134	115
Bezug sonstiger Leistungen	15	0
Käufe	0	60.207

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 8.132). Des Weiteren hat sie Zinserträge aus der Erbringung sonstiger Leistungen an die Media Ventures in Höhe von TEUR 114 erzielt. An der Media Ventures 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.

Bei Käufen von nahestehenden Unternehmen und Personen handelt es sich um den Erwerb der Anteile an der SDG zu Anschaffungskosten in Höhe von TEUR 60.205 (wir verweisen auch auf unsere Ausführungen unter C.1.b)). An der SDG und deren wesentlichen Tochtergesellschaften waren Herr Udo Müller und Herr Dirk Ströer bis zum Verkaufszeitpunkt indirekt beteiligt. Wir verweisen auf unsere Ausführungen unter C.1.b). Des Weiteren ist der Erwerb weiterer Anteile an der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, in Höhe von TEUR 2 von zwei Vorstandsmitgliedern enthalten.

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	
Alfried Bührdel (Stellvertretender Vorsitzender) (bis zum 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 (Vorstandsmitglied)		
Aufsichtsrat		
Prof. Dr. h. c. Dieter Stolte (Vorsitzender) Publizist, ZDF Intendant a.D.		
Dieter Keller (Stellvertretender Vorsitzender), Wirtschaftsprüfer und Steuerberater		
Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln		
Dietmar Peter Binkowska Vorstandsvorsitzender der NRW.Bank AöR, Düsseldorf (bis zum 6. Januar 2013)	GALERIA Kaufhof GmbH, Köln InCity Immobilien AG, Frankfurt am Main Portigon AG, Düsseldorf Portigon Financial Services GmbH i.Gr., Düsseldorf	Corpus Sireo Holding GmbH & Co. KG, Düsseldorf European Association of Public Banks (EAPB), Brüssel (Belgien) Fiege Logistik AG, Münchenstein (Schweiz) Investitionsbank des Landes Brandenburg AöR, Pots- dam
Martin Diederichs Rechtsanwalt		DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Dr. Stefan Seitz Rechtsanwalt (bis 8. August 2013)	Kick-Media AG, Köln	
Christoph Vilanek Vorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (ab 10. April 2013)	Netzpiloten AG, Hamburg mobilcom-debitel GmbH, Büdels- dorf	
Ulrich Voigt Bankkaufmann (ab 14. November 2013)	Vebowag AG, Bonn	Corpus Sireo GmbH & Co. KG, Düsseldorf Öffentlich-rechtliche Börse, Düsseldorf

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

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

Vorstand	2013 TEUR	2012 TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	3.874	3.246
Andere langfristig fällige Leistungen	1.119	163
	4.993	3.409

Aufsichtsrat	2013 TEUR	2012 TEUR
Kurzfristig fällige Leistungen	200	210
	200	210

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 AG ermittelt. Nach Ablauf von vier Geschäftsjahren wird der Referenzkurs mit dem Aktienkurs am Jahresende verglichen und auf Basis des erreichten Aktienkurses die Auszahlung der Vergütung ermittelt (sog. Vergütung mit Barausgleich bzw. „cash-settled“). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black Scholes Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2013 eine Volatilität von 36-43 Prozent und eine Dividend-Yield von 1,5 Prozent eingeflossen sind. Die für das Modell verwendeten Zinssätze bewegen sich zwischen 0,1 Prozent und 0,4

Prozent. Für die auf das Jahr 2013 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 178 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2013 gewährten 29.580 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von EUR 12,33.

Von den anderen langfristig fälligen Leistungen (sogenannte LTI) werden TEUR 740 in 2014 zur Auszahlung fällig.

Aktienoptionsprogramm:

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms hat der Vorstand insgesamt 1.400.000 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. 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 1,41.

Im Geschäftsjahr 2013 ist an ein ehemaliges Vorstandsmitglied eine Abfindung in Höhe von TEUR 264 ausgezahlt worden.

Zum 31. Dezember 2013 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 3.330 (Vj.: TEUR 2.475) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 874 (Vj.: TEUR 263) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen.

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

8. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2013 wurden im Durchschnitt 158 (Vj.: 152) 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 31.12.2013 vH	Eigenkapital am 31.12.2013 TEUR	Jahres- ergebnis 2013 TEUR
Direkte Beteiligungen			
Ströer Media Deutschland GmbH, Köln	100,00	121.245	*47.495
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul, Türkei	90,00	43.024	-13.182
Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	19.460	-6.288
blowUP Media GmbH, Köln	90,00	7.513	-383
Ballroom International CEE Holding GmbH, Glonn	62,31	11.052	-446
Ströer Digital Group GmbH, Köln	100,00	84.587	232
Indirekte Beteiligungen			
adscale GmbH, München	97,09	8.304	387
Adscale Laboratories Ltd., Christchurch, Neuseeland	100,00	466	70
AdSolutions CEE GmbH, Glonn	100,00	-163	52
ARGE Außenwerbung Schönefeld GbR, Berlin	50,00	44	71
Ballroom International GmbH, Glonn	100,00	5.868	1.010
BB Elements Sp. z.o.o., Warschau, Polen	65,00	29	7
blowUP Media Belgium N.V., Antwerpen, Belgien	100,00	-236	-478
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00	-581	-1.065
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	87,50	-1.077	-197
blowUP Media France SAS, Paris, Frankreich	100,00	204	-9
blowUP Media U.K. Ltd., London, Großbritannien	100,00	716	1.773
Business Advertising GmbH, Düsseldorf	50,40	768	1.031
City Design Gesellschaft für Außenwerbung mbH, Köln	100,00	36.773	*5.234
Click Motion Sp. z.o.o., Warschau, Polen	94,00	27	-4
CulturePlak Marketing GmbH, Berlin	**51,00	31	*46
DERG Vertriebs GmbH, Köln	100,00	50	*1.215
DSMDecaux GmbH, München	50,00	9.876	8.317
DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main	100,00	12.611	*17.355
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld	51,00	1.684	215
DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main	100,00	1.453	*712
ECE flatmedia GmbH, Hamburg	75,10	-1.138	-378
Evolution Media Net Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	12	106
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH, Hamburg	100,00	-567	399
GAN Support GmbH, Hamburg (jetzt: GAN Ströer GmbH, Köln)	100,00	25	-
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH, Hamburg	75,1	1.380	147
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	96,0	26	-2

	Anteile am Kapital 31.12.2013 vH	Eigenkapital am 31.12.2013 TEUR	Jahres- ergebnis 2013 TEUR
iBillBoard Poland Sp. z.o.o, Warschau, Polen	100,00	3	-18
INFOSCREEN GmbH, Köln (vormals: Ströer Digital Media GmbH, Köln)	100,00	8.227	*14.070
Instytut Badań Outdooru IBO SP. z o.o., Warschau, Polen	40,00	128	-16
Internet BillBoard a.s., Ostrau, Tschechien	50,50	682	84
INTREN Informatikai Tanacsado es Szolgaltato Kft., Budapest, Ungarn	50,89	271	80
Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haf- tung, Köln	51,00	3.868	3.116
Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri Anonim Sti., Istan- bul, Türkei	50,00	150	-1
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinfor- mationsanlagen, Hamburg	51,00	315	240
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	100,00	308	46
MBR Targeting GmbH, Berlin	79,07	-542	-675
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GmbH - GbR, Köln	50,00	76	76
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti., Istan- bul, Türkei	80,00	153	107
Pacemaker AOS GmbH, Köln	80,00	-20	-70
Reklamz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S., Istanbul, Türkei	100,00	1.034	590
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S., Istan- bul, Türkei	100,00	1.130	63
Ströer City Marketing Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	4.420	620
Ströer DERG Media GmbH, Kassel	100,00	5.492	*17.407
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln	100,00	500	*24
Ströer Digital Media GmbH, Hamburg (vormals: freeXmedia GmbH)	100,00	954	379
Ströer Kulturmedien GmbH, Köln	100,00	180	*427
Ströer Media Sp. z.o.K., Warschau, Polen	100,00	-1.331	1.584
Ströer Media Sp. z.o.o., Warschau, Polen	100,00	5	-1
Ströer Mobile Media GmbH, Köln	100,00	-22	-122
Ströer Primetime GmbH, Köln	100,00	25	*-34
Ströer Sales & Services GmbH, Köln	100,00	272	*5.236
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH, Trier	50,00	688	59
Vidyoda ve Reklam Hizmetleri A.S., Istanbul, Türkei	100,00	378	271
X-City Marketing Hannover GmbH, Hannover	50,00	7.083	1.516

* Ergebnis vor Ergebnisabführung

** 49 Prozent werden treuhänderisch verwaltet.

10. Konzernabschluss

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

11. 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 11. März 2014 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Gesellschaft von über 3 Prozent bekannt: Allianz Global Investors Europe 5,13 Prozent, Credit Suisse 4,63 Prozent und J O Hambro Capital Management 3,01 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 24. Januar 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 11. März 2014

Der Vorstand

Udo Müller

Christian Schmalzl

Anlage 1 zum Anhang der Ströer Media AG, Köln

Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

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

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 8. Mai 2013 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,96% (1.244.798 Stimmrechte) betrug.

2,93% (1.233.312 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

0,03% (11.486 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 8. Mai 2013 die Meldeschwelle von 3 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,96%(1.244.798 Stimmrechte) betrug.

0,10% (42.811 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

0,03% (11.486 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 i.V.m. Satz 2 WpHG zuzurechnen.

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz hat uns nach § 21, Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 14. Mai 2013 die Meldeschwelle von 5% unterschritten hat und zu diesem Tag 4,63% (1.949.930 Stimmrechte) betrug.

Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

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

1,85% (entspricht 779301 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

1,85% (entspricht 779301 Stimmrechten)

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

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

1,86% (entspricht 782201 Stimmrechten)

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

Kette der kontrollierten Unternehmen:

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

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 04.11.2013

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 02.12.2013

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 05.08.2014

Die Credit Suisse Group AG, Zürich, Schweiz hat uns nach § 21, Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 14. Mai 2013 die Meldeschwelle von 5% unterschritten hat und zu

diesem Tag 2,78% (1.170.629 Stimmrechte) betrug.

Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

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

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

1,86% (entspricht 782201 Stimmrechten)

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

Kette der kontrollierten Unternehmen:

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

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 14. Mai 2013 die Meldeschwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 2,78% (1.170.629 Stimmrechte) betrug.

Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

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

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

1,86% (entspricht 782201 Stimmrechten)

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

Kette der kontrollierten Unternehmen:

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

Die Credit Suisse AG, Zürich, Schweiz, hat uns nach § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 14. Mai 2013 die Meldeschwelle von 5 % unterschritten hat und zu diesem Tag 4,63% (1.949.930 Stimmrechte) betrug.

Einzelheiten zum Stimmrechtsanteil:

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

1,85% (entspricht 779301 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

1,85% (entspricht 779301 Stimmrechten)

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

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

davon mittelbar gehalten:

0,92% (entspricht 388428 Stimmrechten)

Stimmrechtsanteile nach §§ 21, 22 WpHG:

1,86% (entspricht 782201 Stimmrechten)

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

Kette der kontrollierten Unternehmen:

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

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 04.11.2013

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 02.12.2013

ISIN oder Bezeichnung des (Finanz-/sonstigen) Instruments: Equity swap, cash settlement

Fälligkeit:

Verfall: 05.08.2014

Die Allianz Global Investors Europe GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns nach § 21 Abs.1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 16. Mai 2013 die Meldeschwelle von 3 % überschritten hat und zu diesem Tag 3,003 % der Gesamtmenge der Stimmrechte der Ströer Media AG (dies entspricht 1.264.000 von insgesamt 42.098.238 Stimmrechten) beträgt.

Herr Dirk Ströer, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 31.05.2013 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 29.05.2013 die Schwelle von 25% und 20% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 18,686% (das entspricht 7.866.490 Stimmrechten) betragen hat.

0,404% der Stimmrechte (das entspricht 170.000 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen. 0,001% der Stimmrechte (das entspricht 490 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Die Sambara Stiftung, Liechtenstein, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 03.06.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 29.05.2013 die Schwelle von 3% und 5% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 6,651% (das entspricht 2.800.000 Stimmrechten) betragen hat.

Herr Udo Müller, Deutschland, hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 04.06.2013 mitgeteilt, dass im Rahmen der am 03.06.2013 vorgenommenen Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage bei der Ströer Media AG, sein Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 03.06.2013 die Schwelle von 25% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 24,22% (das entspricht 11.838.500 Stimmrechten) betragen hat.

Herr Dirk Ströer, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 04.06.2013 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 03.06.2013 die Schwelle von 20% und 25% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 29,95% (das entspricht 14.638.036 Stimmrechten) betragen hat.

0,001% der Stimmrechte (das entspricht 490 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 6 WpHG zuzurechnen. 14,204% der Stimmrechte (das entspricht 6.941.546 Stimmrechten) sind Herrn Ströer gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG über die Ströer Beteiligung GmbH und Media Ventures GmbH zuzurechnen.

Die Media Ventures GmbH, Köln, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 04.06.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 03.06.2013 die Schwelle von 3%, 5% und 10% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 13,86% (das entspricht 6.771.546 Stimmrechten) betragen hat.

Die Media Ventures GmbH, Köln, Deutschland hat uns gemäß § 27a Abs. 1 WpHG am 26.06.2013 im Zusammenhang mit der Überschreitung der 10% Schwelle i.S.v § 27a Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung bei der Ströer Media AG am 3.6.2013, 6.771.546 Aktien an die Media Ventures GmbH neu ausgegeben wurden, was einer Quote von 13,856 % der Stimmrechte entspricht und hat uns über Folgendes, gem. § 27a Abs. 1 Satz 3 WpHG, informiert:

- Die Schwellenüberschreitung ist aufgrund der durchgeführten Sachkapitalerhöhung eingetreten und dient primär dem strategischen Ziel, bei der Ströer Media AG das Geschäftsfeld der Online-Werbung zu stärken.
- Der Meldepflichtige beabsichtigt nicht innerhalb der nächsten zwölf Monate weitere Stimmrechte durch Erwerb oder auf sonstige Weise zu erlangen.
- Der Meldepflichtige strebt keine Einflussnahme auf die Besetzung von Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorganen des Emittenten an.
- Der Meldepflichtige strebt keine wesentliche Änderung der Kapitalstruktur der Gesellschaft, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis von Eigen- und Fremdfinanzierung und die Dividendenpolitik an. Die Herkunft der Mittel resultiert aus Eigenmitteln, i.e aus den im Zuge der o.g Sachkapitalerhöhung in die Ströer Media AG eingebrachten Beteiligungen.

Herr Dirk Ströer, Deutschland, hat uns am 26.6.2013 mitgeteilt, dass die von ihm als Mehrheitsgesellschafter beherrschte Media Ventures GmbH, Köln, Deutschland erstmalig Stimmrechte an der Ströer Media AG erworben hat. Der Stimmrechtserwerb erfolgte durch eine Sachkapitalerhöhung, bei der 6.771.546 neue Aktien an die Media Ventures GmbH ausgegeben wurden, was einer Quote von 13,856% der Stimmrechte entspricht. Mithin wurde die Schwelle von 10% i.S.v. §27a Abs.1 i.V.m § 22 Abs.1 Nr.1 WpHG überschritten. Über seine Ziele bzw. die Ziele der Media Ventures GmbH teilte er uns gem. § 27a Abs. 1 Satz 3 WpHG folgendes mit.

- Die Schwellenüberschreitung ist aufgrund der durchgeführten Sachkapitalerhöhung eingetreten und dient primär dem strategischen Ziel, bei der Ströer Media AG das Geschäftsfeld der Online-Werbung zu stärken.
- Der Meldepflichtige beabsichtigt nicht innerhalb der nächsten zwölf Monate weitere Stimmrechte durch Erwerb oder auf sonstige Weise zu erlangen.

- Der Meldepflichtige strebt keine Einflussnahme auf die Besetzung von Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorganen des Emittenten an.
 - Der Meldepflichtige strebt keine wesentliche Änderung der Kapitalstruktur der Gesellschaft, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis von Eigen- und Fremdfinanzierung und die Dividendenpolitik an.
 - Die Herkunft der Mittel resultiert aus Eigenmitteln der Media Ventures GmbH, i.e. aus den im Zuge der o.g Sachkapitalerhöhung durch diese in die Ströer Media AG eingebrachten Beteiligungen.
-
-

Die Media Ventures GmbH, Köln, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 28.06.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 25.06.2013 die Schwelle von 10% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 6,93% (das entspricht 3.385.773 Stimmrechten) betragen hat.

Die Ströer Beteiligungsges. mbH, Unterhaching, Deutschland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 28.06.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 25.06.2013 die Schwelle von 3% und 5% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 7,28% (das entspricht 3.555.773 Stimmrechten) betragen hat.

Die Allianz Global Investors Europe GmbH, Frankfurt am Main, Deutschland, hat uns nach § 21 Abs. 1 Satz 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG am 26. August 2013 die Meldeschwelle von 5 % überschritten hat und zu diesem Tag 5,13% der Gesamtmenge der Stimmrechte der Ströer Media AG (dies entspricht 2.507.240 von insgesamt 48.869.784 Stimmrechten) beträgt.

0,23% (110.000 Stimmrechte) sind ihr nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 WpHG zuzurechnen.

Die HMI Capital, LLC, San Francisco, USA, hat uns gemäß § 21 Abs.1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland, am 13. November 2012 die Schwelle von 3% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 3,04 % (das entspricht 1.279.200 Stimmrechten) betragen hat.

3,04 % der Stimmrechte (das entspricht 1.279.200 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 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland, am 03. Juni 2013 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,88 % (das entspricht 1.409.200 Stimmrechten) betragen hat.

2,88 % der Stimmrechte (das entspricht 1.409.200 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 31.10.2013 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Ströer Media AG, Köln, Deutschland am 28.10.2013 die Schwelle von 5% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 4,84% (das entspricht 2.367.712 Stimmrechten) betragen hat.

BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

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

GRUNDLAGEN DES STRÖER KONZERNS

Geschäftsmodell

Die Ströer Media AG 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 (Out-of-Home, OOH) und den in Bahnhöfen und Einkaufszentren installierten Bildschirmen des digitalen 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, anders als viele Wettbewerber, 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 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 AG operativ eigenständig am Markt tätig sind. Diese 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 am Markt kurzfristig nutzen zu können.

Die OOH- und DOOH-Aktivitäten sind nach regionalen Gesichtspunkten in drei Segmenten zusammengefasst: dem Segment Ströer Deutschland, dem Segment Ströer Türkei sowie dem Segment Sonstige, welches das Geschäft in Polen und das Riesenpostergeschäft BlowUP umfasst. Das im Berichtsjahr formierte Segment Online enthält sämtliche Aktivitäten der Online-/Mobile-Display- und Video-Vermarktung einschließlich der hierfür erforderlichen Technologieplattformen.

→ Nähere Informationen über die Entwicklungsabteilung finden Sie auf Seite 24

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmensinternen Steuerung finden Sie auf Seite 22

Außenwerbe-geschäft

Basis des Außenwerbe-geschäfts 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 über 280.000 vermarkt-baren 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 Online tätig. Während das laufende Geschäft von einzelnen regionalen Standorten aus sowie von der Zentrale in Köln vorangetrieben wird, werden wesentliche operative Entscheidungen sowie sämtliche Funktionen der Bereiche Rechnungswesen und Controlling zentral von der Führungsgesellschaft in Köln gesteuert. Mit rund 230.000 vermarkt-baren Werbeflächen in mehr als 600 Städten erzielen wir mit Abstand den höchsten Nettoumsatz im größten Außenwerbe-markt 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 vermarkt-baren Werbeflächen in mehr als 20 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und damit, mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb, den größten Marktanteil.

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. Wesentliche Tochtergesellschaft ist die Ströer City Marketing Sp. z.o.o. In Polen hat Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Marktführerschaft inne. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 15.000 vermarkt-baren Werbeflächen in zirka 160 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 200, zum Teil auch digitalisierte Standorte, die entweder einzeln oder in Blöcken von namhaften Werbungtreibenden national, aber auch grenzüberschreitend gebucht werden. Aufgrund der üblicherweise kürzeren Konzessionslaufzeiten bestehen im Vergleich zum klassischen Außenwerbe-geschäft andere Herausforderungen an das Portfoliomanagement. BlowUP Media ist in Europa mit Betriebsstätten in Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden, Spanien und Belgien präsent.

Online-Geschäft

Segment Online

Im Segment Online bietet die Ströer Gruppe digitale Werbeflächen im Internet und auf mobilen Endgeräten. Unter der Zwischenholding Ströer Digital Group GmbH sind die Tochterfirmen Ströer Digital Media, Ströer Mobile Media, Ströer Primetime, adscale, businessAD und MBR targeting gebündelt. Mit ihren zehn Tochterfirmen nimmt die Ströer Digital Group eine führende Position im Bereich der Werbevermarktung 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- (Imagekampagnen) als auch nach Performance-Kampagnen (transaktionsorientierte Lösungen) bedienen. Die Ballroom International Group bietet vergleichbare Kommunikationslösungen mit besonderem Fokus auf unsere ausländischen Kernmärkte Polen und Türkei an. Insgesamt erreichen wir zirka 100 Millionen Unique User pro Monat in unseren Kernmärkten.

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 führenden 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 43 Millionen Unique Visitors erreicht und rund zwölf Milliarden Ad Impressions erzielt (Stand Ende 2013). adscale erreicht mit seinem breit gefächerten Portfolio von rund 5.000 Webseiten knapp drei Viertel aller deutschen Internetnutzer.¹⁾

Die MBR targeting GmbH 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 gut 300 Webseiten und einer Reichweite von rund 30 Millionen Unique Usern²⁾ nimmt Ströer Digital Media Platz drei im Vermarkter-Ranking der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) ein und zählt damit zu den führenden Online-Vermarktern im deutschen Werbemarkt.³⁾ businessAD ist einer der führenden verlagsunabhängigen Online-Vermarkter hochwertiger Business-Umfelder. Die exklusive Vermarktung konzentriert sich auf etablierte Portale der Bereiche Mittelstand, Wirtschaft und Finanzen.

Ströer Primetime bündelt die Bewegtbild-Werbung auf Personal Screens (Smartphone und Tablet), Home Screens (PC) und Public Screens (DOOH-Displays). 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 2013

²⁾ pro Monat

³⁾ Quelle: AGOF internet facts, Oktober 2013

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.

Internationale Online-Vermarktung

Die Ballroom Gruppe ist eines der führenden 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. Darüber hinaus ist Ballroom in Ungarn und in der Tschechischen Republik mit Ad exchange, Video- und Display-Werbung sowie Performance-Marketing präsent.

Beteiligungen und Standorte

Die nachfolgende Übersicht zum 31. Dezember 2013 stellt vereinfacht die wesentliche Beteiligungsstruktur sowie deren Zuordnung zu den Kernmärkten dar.

Ströer Media AG						
	100 %	90 %	100 %	90 %	100 %	62,3 %
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 CEE Holding GmbH
Geografische Aktivität	Deutschland	Türkei	Polen	Deutschland/GB/Benelux/Spanien/Frankreich	Deutschland	Deutschland/Ungarn, Türkei/Polen/Tschechien
Beteiligungsgesellschaften¹⁾	22	2	4	6	10	14
Segmentumsatz 2013	421 Mio. EUR	95 Mio. EUR	56 Mio. EUR		64 Mio. EUR	
Segment	Deutschland	Türkei	Sonstige		Online	

¹⁾ Anzahl der voll und quotaal konsolidierten Gesellschaften

Leitung und Kontrolle

Der Vorstand der Ströer AG besteht zum 31. Dezember 2013 aus drei Mitgliedern. Ihm gehören Udo Müller (CEO), der zum 21. Februar 2014 vorzeitig ausgeschiedene Alfried Bührdel (CFO) und Christian Schmalzl (COO) an. Die folgende Übersicht stellt die Verantwortlichkeiten der einzelnen Vorstandsmitglieder im Konzern dar:

Name	Mitglied seit	Bestellung bis	Verantwortlichkeiten
Udo Müller	Juli 2002	März 2015	Vorstandsvorsitzender Strategie F&E
Alfried Bührdel	Juli 2002	März 2014	Finanzvorstand Konzern-Finanzen Konzern-Organisation Konzern-Personalwesen Konzern-IT Konzern-Beschaffung Konzern-Recht Konzern-M&A / Corporate Finance Konzern-Revision Konzern-Investor-Relations
Christian Schmalzl	November 2012	November 2015	Leitung und Steuerung der Landesgesellschaften

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

Der Aufsichtsrat der Ströer Media AG besteht aktuell aus sechs Mitgliedern. Für die im Jahr 2013 ausgeschiedenen Herren Binkowska und Dr. Seitz sind die Herren Vilanek und Voigt dem Aufsichtsrat beigetreten. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Bei Stimmgleichheit hat der Aufsichtsratsvorsitzende die entscheidende Stimme. Zur Steigerung der Effizienz bilden darüber hinaus jeweils drei Mitglieder des Aufsichtsrats den Prüfungsausschuss und den Präsidialausschuss. Nähere Ausführungen zum Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat und zu weiteren Standards von Unternehmensführung und -kontrolle finden sich in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 HGB, welche auch die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCKG) 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 AG (<http://ir.stroer.de>) veröffentlicht.

Märkte und Einflussfaktoren

Mit ihrem Geschäftsmodell agiert die Ströer Gruppe auf den Märkten für Außenwerbung sowie in der Online- und Mobilvermarktung. 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 sind die Entwicklung der Miet- und Pachtzahlungen sowie der Personal- und sonstigen Gemeinkosten wesentliche Einflussfaktoren. 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 immer 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 zudem 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 individuelle Kommunikationslösungen für nahezu alle Kundenanforderungen anbieten.

Die Relevanz der Ströer Gruppe gegenüber Mediaagenturen und Werbungtreibenden, die durch die Erweiterung des Geschäftsmodells bereits erheblich zugenommen hat, soll in den folgenden Jahren weiter gestärkt werden. Überdies verschafft sich die Gruppe durch die zunehmend digitale Ausrichtung Zugang zu neuen Kundengruppen.

Zusätzlich verfolgt die Ströer Gruppe länderspezifische Strategien in der Außenwerbung, die den jeweiligen Marktgegebenheiten Rechnung tragen. Unser umfassendes, aktiv gemanagtes Portfolio von Werberechten stellt eine stabile Plattform dar. Ziel ist, den Bestand an erstklassigen Werbeflächen weiterhin langfristig zu sichern. So verfügen wir über eine feste und sichere Plattform für die weitere Geschäftsentwicklung.

In Verfolgung des integrierten Geschäftsmodells werden wir uns in **Deutschland** auch weiterhin an allen für uns wesentlichen Ausschreibungen von Vertragsrechten in der Außenwerbung in unseren Kernmärkten beteiligen.

In der **Türkei** konzentrieren wir uns darauf, die marktführende Position unter anderem durch eine hohe Auslastung der Werbeträger in den Großstädten Istanbul und Ankara sowie durch den fortgesetzten Ausbau von Premiumformaten zu festigen. Der Vertrieb fokussiert sich dabei auf den nationalen sowie regionalen Markt.

In **Polen** sehen wir uns vor dem Hintergrund der verhaltenen Marktentwicklung auch weiterhin als Konsolidator. Durch die flexible Steuerung des Portfolios sowie gezielte Kostensparmaßnahmen bezüglich der Neuverhandlung von Miet- und Pachtverträgen sehen wir uns in diesem Markt gut positioniert. Die Professionalisierung der gesamten Branche bietet zudem perspektivisch weiteres Wachstumspotenzial.

Das vorrangig in den Märkten Deutschland, Großbritannien, Spanien, den Niederlanden und Belgien vermarktete Riesenpostergeschäft **BlowUP** soll vorrangig durch weitere Gewinnung von Großkunden gestärkt werden. Darüber hinaus steht auch hier der verstärkte Einsatz digitaler Formate im Vordergrund. Unsere gesamten strategischen Maßnahmen gehen einher mit dem Ausbau des Vertriebs und einer Internationalisierungsstrategie, welche auf die Zielpositionierung als integrierter digitaler Vermarkter abgestimmt sind. Darüber hinaus erfordert die Verzahnung des Angebots einen ganzheitlichen Ansatz in der Produktentwicklung in den Bereichen der Außenwerbung und der Online-Aktivitäten zur Absicherung der führenden Technologieposition.

Ausbau des Multi-Screen-Angebots

Das besondere Wachstumspotenzial unserer Multi-Screen-Produkte resultiert aus der zunehmenden Mediennutzung über Bildschirme, 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 gewährleisten.

Kern des Multi-Screen-Angebots ist die Verzahnung von Digital Out-of-Home (DOOH) und Online-/Mobile-Video. Wie mehrere unabhängige Marktstudien bestätigen, kann über den digitalen Out-of-Home-Kanal aufgrund der hohen Werbewirkungs- und Erinnerungswerte in kurzer Zeit Reichweite aufgebaut und die Kaufentscheidung messbar beeinflusst werden. In Kombination mit der effektiven Ansteuerung von Zielgruppen (Targeting) über Online-/Mobile-Werbung können Werbungtreibende so die Reichweiten ihrer Bewegtbild-Kampagnen erhöhen und Inhalte zielgenauer aussteuern.

Im Berichtsjahr hat die Ströer Gruppe bereits erste integrierte Angebote, insbesondere durch Kombination von Digital Out-of-Home und Online-Video, im Markt platziert. 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 DOOH 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 (Digital-Out-of-Home-Displays) bündelt. 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 wird künftig durch eine neue Ad-Server-Lösung erleichtert, die als Multi-Screen-Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglichen wird. Bereits jetzt erreichen wir durch Ströer Primetime ca. 500 Millionen Ad Impressions in der Woche.¹⁾ Zurzeit umfasst unser digitales Außenwerbepportfolio zirka 2.800 Screens an hoch frequentierten Standorten. Bei den digitalen Formaten werden wir uns weiterhin auf Standorte in Bahnhöfen und Einkaufszentren in Deutschland sowie auf großformatige Standorte in den Märkten der BlowUP-Gruppe konzentrieren.

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 außer strukturellen Verbesserungen die Einstellung von Vertriebsmitarbeitern zur Akquise neuer Kunden, sogenannter Hunter, sowie den weiteren Ausbau der selbstständigen Handelsvertreterorganisation.

Das im Wettbewerbsvergleich bereits starke regionale Vertriebsteam soll in diesem Zuge in den nächsten Jahren weiter ausgebaut und hinsichtlich der veränderten Anforderungen systematisch geschult werden. Den regionalen Vertrieb in der Türkei wollen wir nach dem gleichen Muster in ähnlicher Form ausrichten.

¹⁾ Unternehmensangaben

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 Innovationsführer 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 2013 wesentlich durch die Modularisierung 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.

Entscheidend für die Attraktivität des Out-of-Home-Channel 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 unter anderem LED-Videoboards beinhalten, die dann auch im Outdoor-Bereich eingesetzt werden können. Im Jahr 2013 wurden bereits doppelseitige LED-Anlagen projektiert und getestet, die in den kommenden Jahren im Markt eingeführt werden sollen.

Validierte und akzeptierte Reichweitenmessungen sowie die in zahlreichen Studien belegte Wirkung von Out-of-Home-Medien nahe am Point of Sale machen Ströer zu einem Partner erster Wahl für die 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 in Polen ist Ströer aktuell an der Einführung von Bewertungssystemen beteiligt, welche mit dem international anerkannten Reichweitenmesssystem POSTAR vergleichbar sind.

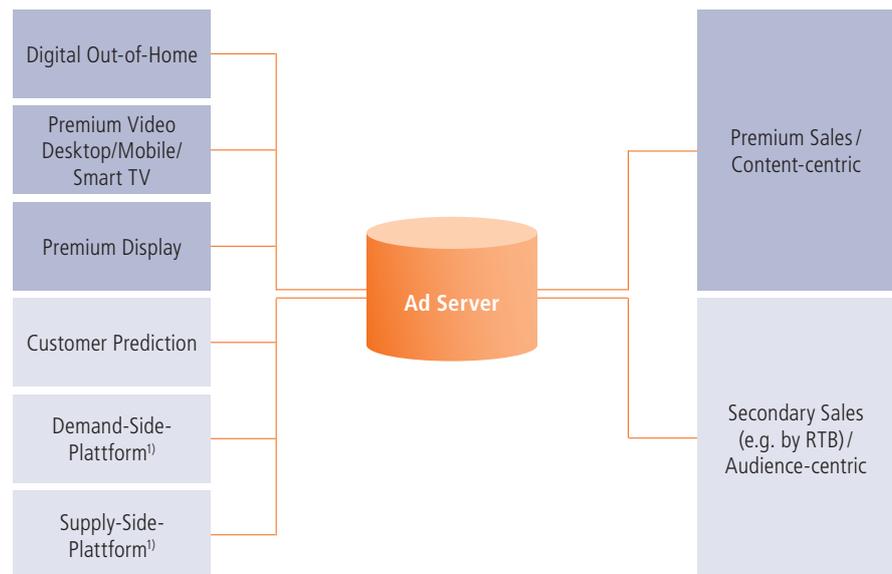
Die Online-Strategie basiert auf der führenden, fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance-Ansätze ebenso ermöglicht wie die Direktvermarktung. Erfolgsentscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle 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. Für die Einbindung externer Traffic-Quellen wurde im Berichtsjahr eine Demand-Side-Plattform (DSP) entwickelt, die es Werbungtreibenden erlaubt, Werbeflächen anderer Anbieter über adscale automatisiert einzukaufen. Mit Einführung der DSP bildet adscale nun nahezu den gesamten deutschen Markt für Online-Display-Werbung ab.

Durch die ebenfalls im Berichtsjahr verbesserten Targeting-Mechanismen unterstützt 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 genau dieje-

nigen Ad Impressions einkaufen, die für das jeweilige Produkt die Kaufwahrscheinlichkeiten in den jeweiligen Zielgruppen erhöhen.

Optimierung von Werbekampagnen mittels Ad Server



¹) Display, Video, Mobile

Die Technologieposition hinsichtlich der exakten Identifizierung von Online-Zielgruppen und der Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen wurde im vierten Quartal 2013 durch Erwerb der MBR targeting nochmals 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 werden wir künftig 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 abbilden. Wir nutzen konsequent die Potenziale von „Big Data“ für eine sehr genaue Zielgruppenansprache in der zunehmend internationalen Online-Vermarktung. Damit sichern wir unseren Kunden und Publishern vor allem im wachstumsstarken Bereich der automatisierten Werbevermarktung (Real Time Advertising) einen technologischen Vorsprung.

Die Produktentwicklung (PE) im Segment Online umfasste per Ende 2013 rund 80 Mitarbeiter. Hinzu kamen 35 Mitarbeiter im unternehmenseigenen Bereich Produktentwicklung Außenwerbung.

Internationalisierung

Das integrierte Geschäftsmodell der Online-Vermarktung ist nach dem erfolgreichen Start in Deutschland auf die ausländischen Kernmärkte Türkei und Polen übertragen worden. Eine zentrale Rolle spielt die im dritten Quartal 2013 übernommene Ballroom Gruppe, eines der in unseren Kernmärkten Türkei und Polen führenden unabhängigen Online-Vermarktungsnetzwerke. Dieses verfügt über das geeignete Produkt- und Technologieportfolio ebenso wie über eine hohe internationale Reichweite und starke regionale Netzwerke. Das künftige internationale Wachstum wird sich langfristig wie in Deutschland über die Vernetzung von klassischer Außenwerbung mit Online-Marketing definieren. Im Kontext der Geschäftserweiterung sollen deshalb auch Synergieeffekte, unter anderem durch die gemeinsame Marktbearbeitung, genutzt werden. Zentraler Hebel ist jedoch die deutlich steigende Relevanz für Werbungtreibende und Agenturen in den einzelnen Ländern.

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. Wichtige finanzielle Steuerungsgrößen für den Konzern sind die Umsatzerlöse, das Operational EBITDA, der Cash-Flow aus operativer Tätigkeit sowie die Nettoverschuldung und die daraus abgeleitete Verschuldungsquote.

→ Nähere Informationen zur Finanzierungsstrategie finden Sie auf Seite 38

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 Wachstum (ohne Effekte aus Unternehmenszukaufen und Wechselkursveränderungen) als auch das nominale Umsatzwachstum betrachtet.

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

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

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

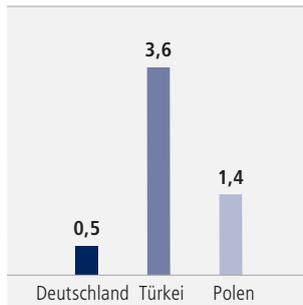
Als nicht finanzielle Indikatoren berücksichtigen wir die zunehmende Digitalisierung unseres Geschäftsmodells gemessen an anteiligen Umsätzen des digitalen Out-of-Home- und Online-Geschäfts an unserem Gesamtumsatz, ebenso wie bestimmte Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z. B. die Mitarbeiterzahl auf Konzernebene.

WIRTSCHAFTSBERICHT

Wirtschaftliches Umfeld

Konjunkturelle Entwicklung

Erwartete reale Veränderungen des Bruttoinlandsprodukts in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe (2013)
In %



Quelle: OECD Economic Outlook 94, November 2013

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2013

Das wirtschaftliche Umfeld der Ströer Gruppe war im Berichtsjahr 2013 erneut von einigen Unsicherheiten geprägt. Die Weltkonjunktur litt insbesondere zu Beginn des Jahres immer noch unter den Folgen der europäischen Staatsschuldenkrise sowie einer abgeschwächten Dynamik in wichtigen asiatischen und europäischen Schwellenländern. Während der zweiten Jahreshälfte konnte sich die Konjunktur stabilisieren, dennoch wurde im Jahresvergleich ausweislich des World Economic Outlook des Internationalen Währungsfonds die Wachstumsrate des Vorjahres (3,1 Prozent) mit 3,0 Prozent nicht ganz erreicht. Ausschlaggebend war das rückläufige Wachstum in den USA, auch beeinflusst durch den langwierigen Fiskalstreit sowie sinkende Raten in Lateinamerika. Die Eurozone konnte im Jahresverlauf ihre fast zweijährige Krise überwinden, verharrte jedoch mit –0,4 Prozent noch unter der Nulllinie.

Die drei für uns wesentlichen Märkte Deutschland, Polen und Türkei entwickelten sich im Berichtsjahr uneinheitlich. Während sich das konjunkturelle Wachstum in der Türkei gegenüber dem Vorjahr bis insbesondere zur Mitte des Jahres deutlich verbesserte, blieb das Wachstum in Deutschland getrieben durch einen schwachen Jahresstart leicht hinter dem Vorjahr zurück. In Polen erreichte das Bruttoinlandsprodukt den tiefsten Stand seit 2001. Zusammengenommen konnten die drei Kernmärkte jedoch einen Zuwachs des Bruttoinlandsprodukts (BIP) über dem europäischen Durchschnitt verbuchen. Nichtsdestotrotz hat sich das volatile makroökonomische Umfeld insbesondere in Deutschland und Polen nachteilig auf das Werbeklima ausgewirkt.

Deutschland

Das Wirtschaftswachstum in Deutschland hat sich im Durchschnitt des Berichtsjahres 2013 verlangsamt, was vor allem auf den schwachen Jahresbeginn zurückzuführen ist. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts betrug das Wachstum des BIP im Jahr 2013 nur noch 0,4 Prozent und lag damit 0,3 Prozentpunkte unter dem Vorjahr. Insbesondere die anhaltende Rezession in mehreren europäischen Ländern hat sich belastend auf die deutsche Wirtschaft ausgewirkt. So verlor der in den Vorjahren robuste Außenhandel an Dynamik.

Wesentlicher Treiber des leichten Wirtschaftswachstums waren die privaten und öffentlichen Konsumausgaben, die um 0,9 Prozent respektive 0,7 Prozent stiegen, während Unternehmen und öffentliche Hand zusammen 1,1 Prozent weniger als im Vorjahr für Investitionen ausgaben. Der private Konsum wurde unter anderem durch den anhaltend stabilen Arbeitsmarkt gestützt. Während nach Angaben des Statistischen Bundesamts die Zahl der Erwerbstätigen einen neuen Höchststand erreichte, blieb die Erwerbslosenquote weitgehend stabil und war mit 5,2 Prozent um 0,1 Prozentpunkte niedriger als 2012. Der Anstieg der Nettolöhne und Gehälter um durchschnittlich 2,8 Prozent wurde durch einen Anstieg der Verbraucherpreise um 1,5 Prozent gedämpft.

Türkei

In der Türkei gewann die konjunkturelle Entwicklung im Berichtszeitraum wieder leicht an Dynamik. Schätzungen der OECD zufolge lag das Wachstum des BIP 2013 bei rund 3,6 Prozent gegenüber 2,2 Prozent im Jahr 2012. Getrieben wurde das Wachstum in der ersten Jahreshälfte durch eine verstärkte Investitionstätigkeit der öffentlichen Hand sowie durch einen robusten privaten Konsum. Aufgrund politischer Turbulenzen trübte sich das konjunkturelle Klima jedoch ab der Mitte des Jahres wieder ein.

Der Anstieg der Verbraucherpreise hat sich zur Mitte des Jahres 2013 von 6,1 Prozent im April auf 8,9 Prozent beschleunigt und lag zum Jahresende bei 7,4 Prozent.

Polen

Polen konnte sich im Berichtsjahr dem anhaltend schwierigen Umfeld der Globalwirtschaft und der Europäischen Union (EU) nicht entziehen. Während im Jahr 2012 noch ein Wachstum von 2,1 Prozent erzielt wurde, wird sich die Wachstumsrate des realen BIP in diesem Jahr auf voraussichtlich 1,4 Prozent reduzieren; dies ist die niedrigste Wachstumsrate seit 2001

(Quelle: OECD Economic Outlook, November 2013). Ursächlich für diese Entwicklung ist ein rückläufiger Außenhandel, aber auch ein schwächerer Privatkonsum, der unter anderem der hohen Arbeitslosigkeit von voraussichtlich rund 14 Prozent geschuldet sein wird. Außerdem leidet die polnische Wirtschaft unter der restriktiven Fiskalpolitik und den abnehmenden staatlichen Investitionen, die an EU-Mittel gebunden sind. Die Inflationsrate wird im Jahresdurchschnitt bei voraussichtlich 1,1 Prozent liegen und sich damit deutlich unterhalb des von der Politik gesetzten Ziels von 2,7 Prozent bewegen.

Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2013

Die Auswirkungen der Staatsschuldenkrise und eine anhaltende Unsicherheit über die gesamtwirtschaftliche Entwicklung schlugen auch auf den westeuropäischen Werbemarkt durch. So schätzt ZenithOptimedia¹⁾, dass die Nettowerbeausgaben der wesentlichen Medien in dieser Region um 1,4 Prozent rückläufig waren, nachdem diese im Vorjahr sogar um 2,4 Prozent gesunken waren. Während Printmedien weiterhin mit deutlichen Marktanteilsverlusten zu kämpfen haben, stiegen die Nettowerbeausgaben im Online-Bereich deutlich. In anderen Ländern Ost- und Zentraleuropas²⁾ entwickelte sich die Werbewirtschaft insgesamt robust (+5,8 Prozent). Hier gab es aber sehr große Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern.

Deutschland

Der Werbemarkt in Deutschland konnte im Jahr 2013 keine Wachstumsdynamik entwickeln. Immerhin wiesen die von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeausgaben einen Anstieg von 2,0 Prozent für das Jahr 2013 aus. Die von Nielsen verwendeten Bruttowerbedaten stellen für uns jedoch nur Trendaussagen dar, erlauben aber aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur begrenzt Rückschlüsse auf die relevanten Nettogrößen. Wir gehen derzeit für 2013 – in Anlehnung an die zuletzt geäußerten Erwartungen des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft e. V. (ZAW) – von leicht gesunkenen Nettowerbeinvestitionen aus. Die offiziellen Nettomedienausgaben werden von der ZAW voraussichtlich im Mai 2014 veröffentlicht. Gestützt wird unsere Einschätzung für das Jahr 2013 auch von einer Prognose von ZenithOptimedia¹⁾, die einen Rückgang der Nettowerbeausgaben um 1,5 Prozent erwartet.

Das Segment Out-of-Home verzeichnete bezüglich der Bruttowerbeausgaben ein deutliches Plus von 11,0 Prozent. Für das Segment Internet wurde ein Wachstum von 3,5 Prozent bei den Bruttowerbeausgaben gemessen. Größter Verlierer war im zurückliegenden Jahr aller Voraussicht nach erneut das Segment Print, während der Bereich TV gemessen an den Bruttowerbeausgaben ein erneutes Wachstum verzeichnen konnte. Verlässliche Aussagen zu etwaigen Marktanteilsverschiebungen sind erst nach Vorlage der Nettomarktzahlen zu treffen. Wir gehen aber davon aus, dass wir nicht zuletzt aufgrund eines steigenden Anteils digitaler Umsätze im Bereich der Außenwerbung unseren Marktanteil leicht erhöhen konnten.

Türkei

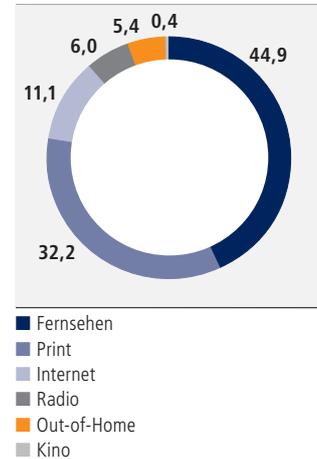
Der türkische Werbemarkt hat sich im Jahr 2013 aufgrund des robusten makroökonomischen Umfelds des Landes insgesamt wieder besser als im Vorjahr entwickelt. Auf Basis des im Dezember 2013 veröffentlichten ZenithOptimedia¹⁾-Reports gehen wir von einem Wachstum des gesamten Werbemarktes von real etwa 4 Prozent im Jahr 2013 aus. Ähnliche Anhaltspunkte ergeben sich aus den unterjährigen Veröffentlichungen der Türkischen Vereinigung von Mediaagenturen (TAAA). Auch wenn deren Stellungnahme zum Verlauf des Medienmarktes im Gesamtjahr 2013 noch aussteht, ist davon auszugehen, dass der Medienmarkt nominal (also vor Inflationsbereinigung) eine Zuwachsrate im zweistelligen Prozentbereich ausweisen wird. Damit läge der Anstieg wieder über den im Vorjahr gemeldeten 9,4 Prozent. Konsistente Angaben zur Nettomarktentwicklung des türkischen Out-of-Home-Medienmarktes sind nicht verfügbar. Basierend auf den Daten von ZenithOptimedia¹⁾ dürfte der Bereich Internet auch im Berichtsjahr 2013 deutlich gewachsen sein und weitere Marktanteils-gewinne verzeichnet haben. Diese Entwicklung dürfte im Wesentlichen zulasten des Segments Print verlaufen sein, das trotz leichten nominalen Wachstums seine Marktanteilsverluste der vergangenen Jahre voraussichtlich ausgebaut hat.

¹⁾ Quelle: Publicis

²⁾ Enthält die übrigen Länder Westeuropas sowie ausgewählte zentraleuropäische Länder mit moderatem Wachstumsprofil und starken wirtschaftlichen Verbindungen nach Westeuropa wie Tschechien, Ungarn und Polen.

Marktanteile der Medien in Deutschland (2013)

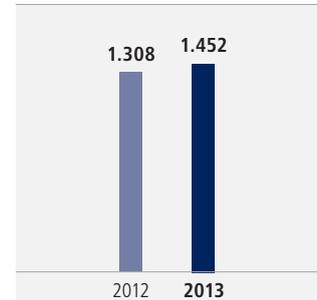
In %



Quelle: Nielsen Werbestatistik

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home*

In Mio. EUR

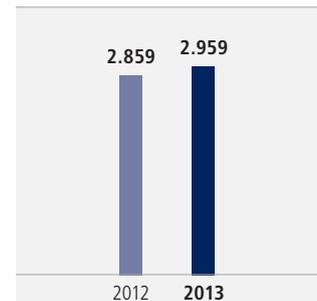


*Out-of-Home = Plakat + Transport + At-Retail-Media

Quelle: Nielsen Media Research

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Internet

In Mio. EUR



Quelle: Nielsen Media Research

Polen

Die Konjunkturabschwächung hat sich im Berichtsjahr negativ auf die polnische Werbebranche ausgewirkt. Gemäß des ZenithOptimedia-Reports aus Dezember 2013 wird im Berichtsjahr ein Rückgang der Werbeausgaben um 5,6 Prozent erwartet. Damit ist der Rückgang sogar noch etwas höher als im Vorjahr ausgefallen. Die Gründe für diese negative Entwicklung liegen zum einen in konjunkturell bedingt niedrigeren Werbebudgets, zum anderen im wachsenden Preisdruck. Auslöser hierfür ist insbesondere der TV-Bereich, in dem die vier großen nationalen Fernsehanstalten unter Wettbewerbsdruck angesichts einer Vielzahl kleiner und diversifizierter Digitalsender geraten. Die Entwicklung der Außenwerbung wurde besonders stark von den Budgetkürzungen der Werbungtreibenden beeinträchtigt, was laut ZenithOptimedia zu einem Rückgang der Werbeausgaben um 11,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr geführt hat. Während die Entwicklung in der ersten Jahreshälfte besonders schwierig war, so haben sich die prozentualen Rückgänge im Laufe der zweiten Jahreshälfte merklich verlangsamt. Wir gehen davon aus, dass sich die Marktanteile im Jahr 2013 im Wesentlichen zugunsten von Online-Medien auf Kosten von Printmedien, aber auch auf Kosten der Außenwerbung verschoben haben. Einen leichten Marktanteilsgewinn werden auch TV, Radio und Kino verzeichnen können. Der Bestand an den insgesamt verfügbaren Werbeträgern in der Außenwerbung wird gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich unverändert sein, sich jedoch erneut zugunsten höherwertiger Produkte verschoben haben.

Wechselkursentwicklung

Für unsere Geschäfte waren in 2013 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira, zum Polnischen Zloty und zum Britischen Pfund relevant. Nachdem sich die Türkische Lira in den ersten vier Monaten des Jahres 2013 stabil gezeigt hatte, verlor sie im weiteren Jahresverlauf deutlich an Wert. Hintergrund waren politische Unsicherheiten, die insbesondere zum Jahresende die Währung noch einmal deutlich unter Druck setzten und gegenüber dem Euro auf historische Tiefstände brachten. Im Vergleich der Jahresendwerte kam es im Jahr 2013 zu einer Abwertung von 26 Prozent auf 2,96 TRY/EUR. Dagegen zeigte sich der Polnische Zloty im Berichtszeitraum stabil mit nur leichten Abwertungstendenzen. Notierte der Zloty zum Jahresbeginn bei 4,07 PLN/EUR, so lag die Währung im ersten Halbjahr bei durchschnittlich 4,22 PLN/EUR und schloss zum Jahresende mit 4,15 PLN/EUR ab, was im Jahresverlauf einem Verlust von gut 2 Prozent entspricht.

Das Britische Pfund hatte zu Beginn des Jahres gegenüber dem Euro deutlich an Wert verloren, konnte aber in der zweiten Jahreshälfte wieder Boden gutmachen. Zum Jahresende notierte die Währung mit 0,83 GBP/EUR nur knapp unter dem Ausgangsniveau am Jahresanfang. Der durchschnittliche Kurs lag im Jahresmittel mit 0,85 GBP/EUR um 5 Prozent über seinem Vorjahresniveau.

Wechselkursentwicklung 2013

Indiziert



*2.1.2013 = 100, Kursverläufe indiziert
Quelle: Deutsche Bundesbank

Ertragslage Gruppe und Segmente

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

Der Ströer Konzern hat im abgelaufenen Geschäftsjahr eine insgesamt gute Entwicklung genommen und einen Jahresüberschuss von 5,1 Millionen Euro erzielt. Dabei stand das Jahr 2013 ganz im Zeichen der strategischen Neuausrichtung des Konzerns: Im Out-of-Home-Geschäft haben wir den Ausbau der digitalen Infrastruktur vorangetrieben, wodurch der Anteil der digitalen Umsätze am Gesamtumsatz weiter gestiegen ist. Gleichzeitig ist das Online-Geschäft in Deutschland erfolgreich gestartet und anschließend mit dem Erwerb der Ballroom Gruppe auf die ausländischen Kernmärkte Türkei und Polen ausgeweitet worden. Mit Blick auf die Ertragslage konnten die beiden für den Ströer Konzern wichtigen Erfolgskennzahlen – Umsatz und Operational EBITDA – deutlich gesteigert werden – ein klares Zeichen für eine positive Ergebnisentwicklung. Lediglich im Teilssegment Polen gerieten die Umsätze aufgrund schwacher Nachfrage und starkem Wettbewerbsdruck im nationalen Außenwerbemarkt unter Druck; dank umfangreicher Sparmaßnahmen konnte das Operational EBITDA jedoch auch dort leicht verbessert werden.

Die Entwicklung der Vermögens- und Finanzlage schätzen wir ebenfalls als positiv ein. So konnten z. B. die Investitionsauszahlungen im Jahr 2013 vollständig aus dem operativen Cash-Flow gezahlt werden. Zwar ist die Nettoverschuldung dennoch unter anderem durch zusätzlich eingegangene Earn-Out-Verbindlichkeiten im Zuge der Investitionen in die Online-Werbevermarktung leicht auf 326,1 Millionen Euro angestiegen, doch blieb der dynamische Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) aufgrund des verbesserten Operational EBITDA nahezu konstant. Bei einer gleichzeitig komfortablen Eigenkapitalquote von 30,9 Prozent ergibt sich damit zum 31. Dezember 2013 insgesamt ein solides Bilanzbild.

Wir sehen den Ströer Konzern daher sowohl operativ und als auch finanziell gut positioniert, um zukünftig die sich bietenden Chancen aus dem strukturellen Wandel des Medienmarktes angemessen nutzen zu können.

Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Der Ströer Konzern hatte seine im Prognosebericht des Vorjahres dargestellten Ziele für das Geschäftsjahr 2013 auf Basis einer vorsichtig optimistischen Einschätzung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufgestellt. Allerdings unterliegen Jahresprognosen in unserer Branche aufgrund des sehr kurzfristigen Buchungsverhaltens unserer Kunden, einem schnell wechselnden Marktsentiment und konjunkturellen Schwankungen naturgemäß größeren Unwägbarkeiten. Die im Rahmen unserer Prognose unterstellte Entwicklung der Rahmenbedingungen im Jahr 2013 ist in wesentlichen Teilen wie erwartet eingetreten, wobei wir jedoch mit der Schwäche der Türkischen Lira in Relation zum Euro in diesem Ausmaß nicht gerechnet hatten. Da dieser Wechselkurseffekt jedoch durch andere Effekte teilweise kompensiert wurde, konnte Ströer seine Ziele größtenteils erreichen.

Das **organische Umsatzwachstum** bewegte sich mit 3,5 Prozent am oberen Ende der Prognose, die von einem Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich ausgegangen war. Dabei entsprach das organische Wachstum in den einzelnen Geschäftsbereichen überwiegend unseren Erwartungen, wobei das Segment Türkei und das Teilssegment BlowUP sogar leicht über den von uns prognostizierten Werten lagen.

Das operative Konzernergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (**Operational EBITDA**) erhöhte sich von 107,0 Millionen Euro auf 118,0 Millionen Euro und entsprach damit ebenfalls den Erwartungen. Im Prognosebericht für 2013 im Abschluss 2012 hatten wir einen moderaten Anstieg in Aussicht gestellt. Damit sind neben dem Umsatzwachstum auch die operativen Kostensteigerungen in etwa im vorhergesehenen Ausmaß eingetreten.

Die **Operational-EBITDA-Marge** belief sich auf 18,6 Prozent und lag damit um 0,5 Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert. In unserer Prognose für das Jahr 2013 hatten wir bereits darauf hingewiesen, dass aufgrund des erwarteten moderaten Umsatzanstiegs und der geringeren Marge im Online-Geschäft selbst bei konstanten Wechselkursen nicht von einer Margenerhöhung auszugehen ist. Grundsätzlich sind die Margen im Online-Geschäft niedriger als im Außenwerbebereich.

Das **Konzernergebnis** nach Steuern verbesserte sich gegenüber dem noch negativen Vorjahreswert um 6,9 Millionen Euro auf 5,1 Millionen Euro und entsprach damit den Erwartungen. Wie prognostiziert, resultierte dies aus dem Anstieg des Operational EBITDA ebenso wie aus einem deutlich verbesserten Finanzergebnis.

Die **Nettoverschuldung** hat sich gegenüber dem Stand Ende 2012 um 23,9 Millionen Euro auf 326,1 Millionen Euro zum Bilanzstichtag 2013 erhöht. In der Prognose für 2013 hatten wir keine wesentliche Steigerung der Nettoverschuldung erwartet, da die Online-Transaktionen zu einem großen Teil durch die Ausgabe neuer Aktien finanziert werden sollten. Diese Transaktionen, die zum Jahresende 2012 bereits feststanden, wurden in der Tat überwiegend durch die Ausgabe eigener Aktien beglichen. Jedoch hat der Ströer Konzern im Verlauf des Jahres 2013 zur weiteren Verbesserung der Positionierung im Online-Geschäft zusätzliche Erwerbe attraktiver Unternehmen – wie etwa der Ballroom Gruppe – durchgeführt. Insgesamt beruht der Anstieg der Nettoverschuldung daher unter anderem auf diesen weiteren Transaktionen, aus denen zusätzliche Kaufpreiszahlungen bzw. Earn-Out-Verbindlichkeiten resultierten.

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	2013	2012	2011	2010	2009
Fortgeführte Geschäftsbereiche					
Umsatzerlöse	634,8	560,6	577,1	531,3	469,8
Umsatzkosten	-438,6	-386,5	-372,1	-332,7	-300,7
Bruttoergebnis vom Umsatz	196,2	174,1	205,0	198,6	169,1
Vertriebskosten	-84,7	-75,4	-74,5	-70,7	-67,3
Verwaltungskosten	-83,6	-71,8	-75,1	-88,0	-64,6
Sonstige betriebliche Erträge	18,7	16,5	15,9	79,5	13,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-9,8	-9,6	-14,3	-8,3	-11,9
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
EBIT	36,8	33,7	56,9	111,2	38,9
EBITDA	112,8	100,4	121,1	165,2	93,3
Operational EBITDA	118,0	107,0	132,3	127,3	100,0
Finanzergebnis	-19,7	-31,9	-49,8	-52,8	-47,3
EBT	17,1	1,8	7,1	58,3	-8,3
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-12,0	-3,6	-10,7	-0,2	9,6
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	5,1	-1,8	-3,6	58,1	1,2
Ergebnis nach Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1
Konzernergebnis	5,1	-1,8	-3,6	58,1	1,1

Umsatzentwicklung

Der Ströer Konzern konnte seine Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2013 um 74,2 Millionen Euro auf 634,8 Millionen Euro steigern. Von diesem Anstieg entfallen 64,4 Millionen Euro auf die im Verlauf des Jahres 2013 sukzessive erworbenen Unternehmen der Online-Werbevermarktung und 9,9 Millionen Euro auf das Out-of-Home-Geschäft. Die nachfolgende Tabelle stellt die Entwicklung der Außenumsätze nach Segmenten dar:

In Mio. EUR	2013	2012
Ströer Deutschland	419,6	411,4
Ströer Türkei	94,5	91,3
Online	64,4	–
Sonstige	56,4	57,9
Summe	634,8	560,6

Während sich die Inlandsumsätze (ohne Online) um 2,3 Prozent auf 428,5 Millionen Euro (Vj.: 418,9 Millionen Euro) erhöhten, bewegten sich die Auslandsumsätze (ohne Online) bei teilweise gegenläufigen Tendenzen in den Kernmärkten mit 141,9 Millionen Euro (Vj.: 141,7 Millionen Euro) nahezu auf Vorjahresniveau. Ihr Umsatzanteil (ohne Online) reduzierte sich damit auf 24,9 Prozent (Vj.: 25,3 Prozent). Unter Berücksichtigung des Online-Segments, das allerdings noch nicht ganzjährig einbezogen war, entfallen auf die Auslandsumsätze 25,0 Prozent.

Im Out-of-Home-Bereich konnte der Ströer Konzern im Geschäftsjahr 2013 insbesondere mit seinen digitalen Werbeträgern in Deutschland eine erfreulich positive Entwicklung verzeichnen. Auch in der Türkei profitierte der Konzern vom anziehenden Geschäft in der Außenwerbung, wobei sich insbesondere die Ausweitung der Werbeträgerkapazitäten sowie das verbesserte Produktportfolio deutlich bemerkbar machten. Demgegenüber wirkte sich in Polen die schwierige Situation auf den Werbemärkten nachteilig auf den Umsatz aus. Die Umsätze im Bereich der Online-Werbevermarktung entwickelten sich entsprechend unserer Erwartungen.

Die Umsatzentwicklung in der Außenwerbebranche unterliegt generell ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die gesamte übrige 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 (da das Segment Online im Jahr 2013 sukzessiv aufgebaut wurde, sind dessen Umsätze in der Übersicht noch nicht enthalten).

Umsatzentwicklung nach Quartalen ohne Segment Online

In Mio. EUR	
Q1	125,5
Q2	154,1
Q3	132,0
Q4	158,9
Q1–Q4	570,5

Operational EBITDA Entwicklung nach Quartalen ohne Segment Online

In Mio. EUR

Q1		13,5
Q2		33,3
Q3		20,0
Q4		44,7
Q1–Q4		111,5

Ergebnisentwicklung

Das **Bruttoergebnis vom Umsatz** lag zum Ende des Geschäftsjahres 2013 mit 196,2 Millionen Euro um 22,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Dieser Anstieg resultierte aus den deutlich gestiegenen Umsätzen, die nur zum Teil durch höhere Umsatzkosten kompensiert wurden. Die Bruttoergebnismarge lag bei 30,9 Prozent und veränderte sich damit gegenüber dem Vorjahr (31,1 Prozent) nur unwesentlich.

Das erhöhte Bruttoergebnis vom Umsatz hat sich ebenso wie das verbesserte Finanzergebnis positiv auf das **Konzernergebnis** des Ströer Konzerns ausgewirkt. Gegenläufig zeigten sich die aufgrund der Unternehmensakquisitionen gestiegenen Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie der höhere Steueraufwand. Letztlich wurden diese nachteiligen Effekte aber durch die positiven Entwicklungen überkompensiert, sodass das Konzernergebnis gegenüber dem Vorjahr (–1,8 Millionen Euro) deutlich um 6,9 Millionen Euro auf 5,1 Millionen Euro zulegen konnte.

Die um das Wechselkurergebnis und weitere Sondereffekte bereinigten Ergebniskennzahlen reflektieren den positiven Trend im operativen Geschäft. So stieg das **Net Adjusted Income**¹⁾ gegenüber dem Vorjahr um 12,3 Millionen Euro auf 36,3 Millionen Euro an. Dabei waren das darin einfließende **Operational EBITDA**²⁾, welches mit 118,0 Millionen Euro um 11,0 Millionen Euro deutlich über dem Vorjahr lag, sowie das um 13,7 Millionen Euro ebenfalls merklich verbesserte bereinigte Finanzergebnis die wesentlichen Treiber dieses Anstiegs.

Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen

Die gestiegenen Umsatzerlöse wurden nur teilweise durch erhöhte **Umsatzkosten** kompensiert. So beliefen sich die Umsatzkosten im Berichtsjahr auf 438,6 Millionen Euro und lagen damit um 52,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Der Anstieg beruhte mit 47,8 Millionen Euro maßgeblich auf der erstmaligen Einbeziehung der neu erworbenen Unternehmen der Online-Werbevermarktung. Eine weitere Ursache waren außerdem höhere Pachtzahlungen in Deutschland und in der Türkei. Daneben hatten die Ausweitung digitaler Werbeträger in Deutschland sowie eine insgesamt gestiegene Nachfrage in Deutschland und in der Türkei entsprechend höhere Strom- und Bewirtschaftungskosten zur Folge.

Die **Vertriebskosten** verzeichneten im Vorjahresvergleich einen Anstieg um 9,3 Millionen Euro auf 84,7 Millionen Euro. Damit ging die Vertriebskostenquote im Geschäftsjahr 2013 um 0,2 Prozentpunkte auf 13,3 Prozent zurück. Bereinigt um die erstmalig einbezogenen Unternehmen der Online-Werbevermarktung bezifferte sich der Anstieg auf 1,1 Millionen Euro. Darin enthalten waren unter anderem der substanzielle Ausbau des Regionalvertriebs sowie zusätzliche Personalaufwendungen im Rahmen moderater Gehaltserhöhungen. Des Weiteren fielen Aufwendungen in Höhe von 0,3 Millionen Euro in Zusammenhang mit der Einführung eines Systems zur Reichweitenmessung von Werbeträgern in der Türkei an.

→ 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 156

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

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

Die Verwaltungskostenquote erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr leicht um 0,4 Prozentpunkte auf 13,2 Prozent. Absolut legten die **Verwaltungskosten** um 11,7 Millionen Euro auf 83,6 Millionen Euro zu, wobei sich bereinigt um die neu akquirierten Unternehmen ein Anstieg von 4,0 Millionen Euro ergab. Zu diesem Anstieg trugen in erster Linie zusätzliche Abschreibungen auf nicht mehr benötigte Software und auf aktivierte Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung der IT-Landschaft in Höhe von 2,3 Millionen Euro bei. Daneben machten sich auch die moderate Erhöhung von Gehältern sowie die Dotierung von Bonusrückstellungen bemerkbar.

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** sind gegenüber dem Vorjahr um 2,2 Millionen Euro auf 18,7 Millionen Euro angestiegen. Wesentlicher Grund waren Erträge aus der Anpassung von Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie aus der Auflösung von Rückstellungen. Im Gegensatz dazu sind die Wechselkurserträge aus laufender Geschäftstätigkeit leicht zurückgegangen. Der Anstieg aufgrund der erstmalig einbezogenen Unternehmen war mit 0,5 Millionen Euro von eher untergeordneter Bedeutung.

Die **Sonstigen betrieblichen Aufwendungen** haben sich im Berichtsjahr um 0,2 Millionen Euro auf 9,8 Millionen Euro erhöht. Nach Bereinigung um erstmalig einbezogene Unternehmen ging der Aufwand, der sich aus mehreren kleinen Effekten zusammensetzt, um 1,1 Millionen Euro zurück. In dieser Position sind unter anderem Wertberichtigungen auf Forderungen, Wechselkursaufwendungen aus laufender Geschäftstätigkeit, Anpassungen von Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie Ergebnisse aus dem Abgang von Vermögenswerten enthalten.

Das **Finanzergebnis** hat sich gegenüber dem Vorjahr um 12,1 Millionen Euro auf –19,7 Millionen Euro verbessert. Es ist von verschiedenen, zum Teil gegenläufigen Effekten geprägt. So steuerte das Wechselkursergebnis aus konzerninternen Darlehen der Holding an ihre ausländischen Tochtergesellschaften einen Aufwand von 1,5 Millionen Euro bei, verglichen mit einem Ertrag von 5,6 Millionen Euro im Vorjahr. Demgegenüber verbesserte sich das Zinsergebnis um 13,1 Millionen Euro. Dies beruhte auf der im Juli 2012 optimierten Finanzstruktur des Konzerns, einer günstigen Zinsentwicklung an den Kapitalmärkten sowie auf dem Auslaufen von Zinssicherungsinstrumenten im Oktober 2012 bzw. im April 2013. Des Weiteren hatte sich im Finanzergebnis des Vorjahres ein negativer Einmaleffekt in Höhe von 7,5 Millionen Euro im Rahmen der Neuausrichtung der Refinanzierung niedergeschlagen. Schließlich hatte die Bewertung von Zinssicherungsinstrumenten im Vorjahr noch zu einem Ertrag von 1,9 Millionen Euro geführt, während sich im Jahr 2013 kein nennenswerter Ergebniseffekt mehr ergeben hat. Die erstmalige Einbeziehung neu erworbener Unternehmen hatte nur einen marginalen Einfluss auf das Finanzergebnis.

Der **Steueraufwand** vom Einkommen und Ertrag summierte sich auf –12,0 Millionen Euro (Vj.: –3,6 Millionen Euro). Der höhere Aufwand resultierte vor allem aus dem vollständigen Verbrauch der gewerbesteuerlichen Verlustvorträge im Frühjahr 2013 auf Ebene der Ströer AG, aus dem insgesamt stärkeren operativen Geschäft sowie aus der Berücksichtigung steuerlicher Risiken aus früheren Veranlagungszeiträumen in der Türkei. In Summe ergab sich daraus eine deutlich höhere Steuerbemessungsgrundlage. In der Steuerquote machten sich wie in den Vorjahren insbesondere die gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Miet- und Pacht aufwendungen sowie die nach lokalem Steuerrecht in der Türkei nicht abzugsfähigen Betriebsausgaben bemerkbar.

→ Eine detailliertere Darstellung der Sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen finden Sie in den Abschnitten 13 und 14 des Konzernanhangs auf Seite 111

→ Weitere Einzelheiten zum Finanzergebnis finden Sie in Abschnitt 15 des Konzernanhangs auf Seite 112

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

Geschäfts- und Ertragslage der Segmente

Ströer Deutschland

In Mio. EUR	2013	2012	Veränderung (%)
Segmentumsatz	420,6	411,7	2,2
Billboard	165,9	164,4	0,9
Street Furniture	120,7	123,4	-2,2
Transport	96,8	90,6	6,8
Sonstige	37,3	33,3	12,0
Operational EBITDA	100,5	97,5	3,0

Das Segment Ströer Deutschland erzielte im Geschäftsjahr 2013 einen **Umsatz** in Höhe von 420,6 Millionen Euro und lag damit um 9,0 Millionen Euro über dem Vorjahr. Dabei konnte unser Geschäft mit regionalen Kunden durch ein konstantes Wachstum überzeugen, während sich das Geschäft mit unseren nationalen Kunden gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen stabil entwickelt hat.

Maßgeblicher Treiber des Umsatzwachstums im Segment Ströer Deutschland war die Produktgruppe **Transport**, die das Geschäftsjahr mit einem Umsatz von 96,8 Millionen Euro beendete und damit um 6,2 Millionen Euro über dem Vorjahr lag. Dabei konnte die Produktgruppe insbesondere vom dynamischen Umsatzwachstum mit digitalen Werbeträgern profitieren, zu dem unser Out-of-Home-Channel mit niedrigen zweistelligen Wachstumsraten beitrug. Insgesamt machten die digitalen Formate im Berichtsjahr 10,6 Prozent der Segmentumsätze aus. Eine weitere Stütze des Umsatzwachstums lag in der Produktgruppe **Billboard**, die ein Umsatzplus von 1,5 Millionen Euro auf 165,9 Millionen Euro verzeichnete. Auslöser für diesen Anstieg war eine robuste Nachfrage nach klassischen Plakatformaten. Die Produktgruppe **Street Furniture** verzeichnete einen leichten, auf niedrigeren Auslastungsraten beruhenden Umsatzrückgang um 2,7 Millionen Euro auf 120,7 Millionen Euro. Die Produktgruppe **Sonstige** steigerte den Umsatz vorwiegend aufgrund eines technischen Klassifizierungseffekts (zulasten der Produktgruppe Billboard) um 4,0 Millionen Euro.

Mit dem Umsatzwachstum ging eine Erhöhung der Kosten einher. Nennenswert war neben höheren Miet- und Pachtkosten insbesondere der Anstieg der Bewirtschaftungskosten. Vor allem die Stromkosten legten spürbar zu, weil der Bedarf mit der zunehmenden Digitalisierung zunahm und überdies die Einkaufspreise anzogen. Letztlich wurde das Umsatzplus aber nur zum Teil durch den Kostenanstieg kompensiert, sodass das Segment gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs im **Operational EBITDA** um 2,9 Millionen Euro auf 100,5 Millionen Euro verzeichnen konnte. Die **Operational-EBITDA-Marge** verbesserte sich um 0,2 Prozentpunkte auf 23,9 Prozent.

Ströer Türkei

In Mio. EUR	2013	2012	Veränderung (%)
Segmentumsatz	94,6	91,3	3,5
Billboard	70,8	67,7	4,4
Street Furniture	23,6	23,2	1,8
Transport	0,2	0,2	-19,6
Sonstige	0,0	0,2	-86,9
Operational EBITDA	13,8	12,9	7,5

Im Segment Ströer Türkei belief sich der Umsatz im Geschäftsjahr 2013 auf insgesamt 94,6 Millionen Euro, was einem Umsatzplus von 3,2 Millionen Euro entspricht. Dieser erfreuliche Aufwärtstrend resultierte vor allem aus einem weiter verbesserten Werbeträgerportfolio in Istanbul sowie aus der Einführung unserer neuen Giantboards und Premium Billboards, die auf eine hohe Kundennachfrage treffen. Dies führte insbesondere in der Produktgruppe Billboard zu einem Umsatzanstieg, während sich die übrigen Produktgruppen auf Vorjahresniveau bewegten. Gegenläufig wirkte sich die Schwäche der Türkischen Lira gegenüber dem Euro aus. Bereinigt um Währungskursveränderungen erreichte das Segment Ströer Türkei ein organisches Umsatzwachstum von 13,4 Prozent. Die deutlich ausgeweitete Geschäftstätigkeit machte sich sowohl in den nationalen Umsätzen als auch im Regionalgeschäft bemerkbar.

Den gestiegenen Umsätzen standen im Berichtsjahr nur moderat erhöhte Umsatzkosten gegenüber. Dabei wirkten sich vor allem die auslastungsbedingt höheren Bewirtschaftungskosten aus. Demgegenüber haben sich Mieterhöhungen ebenso wie anziehende Stromkosten aufgrund der Schwäche der Türkischen Lira nur in begrenztem Umfang niedergeschlagen. Bei den Overhead-Kosten verzeichnete das Segment aufgrund der Wechselkursrelationen rückläufige Kosten. In Summe verbesserte sich das **Operational EBITDA** um 1,0 Millionen Euro auf 13,8 Millionen Euro. Die **Operational-EBITDA-Marge** zog leicht um 0,5 Prozentpunkte auf 14,6 Prozent an.

Sonstige

In Mio. EUR	2013	2012	Veränderung (%)
Segmentumsatz	56,4	57,9	-2,7
Billboard	52,2	54,5	-4,3
Street Furniture	0,6	0,6	9,1
Transport	0,7	0,7	0,8
Sonstige	2,9	2,1	35,7
Operational EBITDA	6,4	4,4	47,0

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

Im Teilsegment **Polen** gingen die Umsätze im Jahr 2013 im niedrigen zweistelligen Prozentbereich zurück. Wie schon im Vorjahr machte sich der anhaltende Preisdruck in einem herausfordernden Marktumfeld nachteilig bemerkbar. Entsprechend schlugen sich gesunkene Auslastungsquoten und gesunkene Nettopreise in einem deutlichen Umsatzrückgang nieder. Jedoch gelang es dem Teilsegment Polen, durch ein intensives Kostensenkungsprogramm die Umsatzrückgänge im Ergebnis zu kompensieren und ein Operational EBITDA deutlich über Vorjahr zu erzielen. Die Kostensenkungen erstreckten sich sowohl auf das operative Geschäft als auch die Verwaltung.

Das Teilsegment **BlowUP** konnte gegenüber den Umsätzen des Vorjahres im niedrigen zweistelligen Prozentbereich zulegen. Wesentlicher Treiber war die deutlich ausgeweitete Geschäftstätigkeit in Großbritannien und in Deutschland. Dabei machten sich vorwiegend das attraktive Standortportfolio sowie das um digitale Boards erweiterte Produktportfolio in Großbritannien umsatzsteigernd bemerkbar. Zu einem kleinen Teil wurde dieser Anstieg durch das rückläufige Geschäft in Belgien gedämpft, wo sich ein spürbar gesteigener Preisdruck nachteilig auswirkte. Letztlich verzeichnete das Teilsegment BlowUP aufgrund des Umsatzwachstums eine Steigerung des Operational EBITDA im mittleren bis hohen zweistelligen Prozentbereich.

Insgesamt beendete das Segment Sonstige das Geschäftsjahr 2013 mit einem Umsatz von 56,4 Millionen Euro, was einem leichten Rückgang um 1,5 Millionen Euro entspricht. Damit hat der rückläufige Umsatz in Polen das Umsatzplus des Teilsegments BlowUP leicht überkompensiert. Im Gegensatz dazu weist das Operational EBITDA aufgrund der konsequenten Kosteneinsparungen in Polen und der nur moderat gestiegenen Kosten der BlowUP-Gruppe einen Anstieg um 2,1 Millionen Euro auf 6,4 Millionen Euro auf.

Online

In Mio. EUR	2013	2012	Veränderung (%)
Segmentumsatz	64,4	–	
Online	64,2	–	
Sonstige	0,2	–	
Operational EBITDA	6,4	–	

→ Wir verweisen auf den Abschnitt „6. Wesentliche Unternehmenserwerbe und Veräußerungen“ im Konzernanhang

Der Ströer Konzern ist seit Beginn des zweiten Quartals 2013 stufenweise in das Geschäft der Online-Werbevermarktung eingestiegen. Da das Geschäft eine wesentliche Säule unserer Unternehmensstrategie darstellt, berichten wir über die Ergebnisse in einem eigenständigen Segment. Das neue Segment Online enthält die Umsatz- und Ergebnis-Beiträge der im April übernommenen adscale, der im Juni vollständig übernommenen Ströer Digital Group, des durch die Ströer Mobile Media GmbH übernommenen Location-based-advertising-Segments der Servtag GmbH, der Ballroom Gruppe sowie der MBR Targeting GmbH. Die Beiträge entsprechen hinsichtlich Umsatz und Operational EBITDA unseren bisherigen Erwartungen. Darüber hinaus läuft der Integrationsprozess der neu erworbenen Gesellschaften in den Ströer Konzern weiterhin 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 gehören die:

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

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 aktuell durch ein Bankensyndikat aus zehn ausgewählten in- und ausländischen Finanzinstitutionen zur Verfügung gestellt. Es handelt sich hierbei um ein langfristig bis Juli 2017 ausgereichtes endfälliges Darlehen in Höhe von 275 Millionen Euro sowie eine revolvingende Betriebsmittellinie mit gleicher Fälligkeit in Höhe von 225 Millionen Euro. Die Vergabe der Darlehensmittel erfolgte unbesichert. Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 25 Prozent aller Kreditbeträge auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Da wir die Betriebsmittellinie einschließlich der Ausnutzung durch Avale zum Bilanzstichtag 2013 mit 58,9 Millionen Euro in Anspruch genommen haben, stehen uns über den bestehenden Kassensaldo (43,1 Millionen Euro) hinaus substantielle ungenutzte Finanzierungsspielräume zur Verfügung. Die Kreditmargen für die verschiedenen Kredittranchen bewegen sich je nach Verschuldungsquote in einer Bandbreite zwischen 175 und 360 Basispunkten. 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 2013 standen nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro (Vj.: 193,5 Millionen Euro) zur Verfügung.

Die Darlehen sind überwiegend variabel verzinst. Für rund 40 Millionen Euro dieser syndizierten Kreditfazilitäten bestehen Festzinsswaps, deren Laufzeit allerdings Anfang 2015 enden wird. Im Geschäftsjahr 2013 sind vor der Finanzkrise abgeschlossene Zinsderivate im Volumen von 70 Millionen Euro ausgelaufen. 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 2013 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt und vom Konzern-Treasury verwaltet. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Ströer Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

→ Weiterführende Informationen zu unseren Finanzverbindlichkeiten im Geschäftsjahr 2013 sind im Konzernanhang auf Seite 133 aufgeführt

Durch den Aufbau der Online-Werbevermarktung ist unsere Nettofinanzverschuldung im abgelaufenen Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr moderat auf insgesamt 326,1 Millionen Euro angestiegen. Im Jahr 2013 haben die Ströer AG 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. Zwar verfügt Ströer über kein externes Rating, jedoch werden Bonitätseinschätzungen Dritter regelmäßig sehr genau verfolgt.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente nutzt der Ströer Konzern nur in geringem Umfang in Form von Factoring. Zurzeit besteht eine solche Vereinbarung für den Verkauf von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zwischen einer türkischen Konzerngesellschaft und einem dort ansässigen Finanzinstitut. Weitere Instrumente kommen im Ströer Konzern aktuell nicht zum Einsatz. Wir nutzen operatives Leasing primär für die EDV-Peripherie und Fahrzeuge. Aufgrund des geringen Umfangs hat das operative Leasing aber keinen wesentlichen Einfluss auf die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Der Ströer Konzern zeichnet sich durch eine ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage aus. Die Finanzierung ist durch eine syndizierte Kreditfazilität bis Mitte 2017 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 43,1 Millionen Euro (Vj.: 23,5 Millionen Euro) sowie über langfristig zugesagte, nicht gezogene Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro (Vj.: 193,5 Millionen Euro). Der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – belief sich zum Ende des Berichtsjahres auf 2,8 (Vj.: 2,8). Dabei wurde eine erhöhte Nettoverschuldung durch ein spürbar verbessertes Operational EBITDA kompensiert. Die Eigenkapitalausstattung des Ströer Konzerns ist in absoluten Beträgen gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Die Eigenkapitalquote gab aufgrund der erhöhten Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr (32,4 Prozent) leicht auf 30,9 Prozent nach, stellt sich aber nach wie vor als sehr komfortabel dar.

Finanzlage

In Mio. EUR	2013	2012	2011	2010	2009
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	72,0	54,9	95,0	30,3	36,1
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-70,3	-44,1	-57,0	-98,5	-19,5
Free Cash-Flow	1,8	10,8	38,0	-68,2	16,6
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	17,9	-121,4	-10,1	117,1	-1,9
Mittelveränderung	19,7	-110,6	27,9	48,9	14,8
Mittelbestand am Ende der Periode	43,1	23,5	134,0	106,1	57,3

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Der Ströer Konzern erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen **Cash-Flow aus operativer Tätigkeit** in Höhe von 72,0 Millionen Euro und lag damit um 17,1 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Ursächlich für diesen erfreulichen Anstieg war einerseits das verbesserte EBITDA. Andererseits machten sich die rückläufigen Zinszahlungen positiv bemerkbar. Beliefen sich diese im Jahr 2012 noch auf 30,4 Millionen Euro, so waren aufgrund der optimierten Finanzstruktur, der niedrigeren Zinssätze am Kapitalmarkt sowie ausgelaufener Zinssicherungsinstrumente im abgelaufenen Geschäftsjahr nur noch 17,9 Millionen Euro zu zahlen. Nachteilig entwickelten sich dagegen die vom Ströer Konzern zu leistenden Ertragsteuerzahlungen, die aufgrund von Nachzahlungen für vorangegangene Veranlagungszeiträume sowie der Anpassung laufender Steuervorauszahlungen mit 22,8 Millionen Euro um 13,0 Millionen Euro über dem Vorjahr lagen.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** fiel im Jahr 2013 mit –70,3 Millionen Euro um 26,2 Millionen Euro höher aus als noch im Jahr zuvor. Die höheren Mittelabflüsse gehen vorrangig auf Kaufpreiszahlungen in Höhe von 35,2 Millionen Euro für die im abgelaufenen Geschäftsjahr getätigten Erwerbe von Unternehmen der Online-Werbevermarktung zurück. Demgegenüber wurden die Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen um 10,6 Millionen Euro auf 24,3 Millionen Euro zurückgefahren. Ausschlaggebend dafür war insbesondere, dass die Ausweitung unserer Werbeträgerkapazitäten in der Türkei im Rahmen des neuen Vermarktungsvertrags in Istanbul zu Beginn des Jahres 2013 weitgehend abgeschlossen werden konnte. Des Weiteren hat sich nach umfangreichen Investitionen in der Aufbauphase unseres Wachstumsprojekts Out-of-Home-Channel auch diesbezüglich das Investitionsvolumen im Berichtsjahr reduziert. Gleichzeitig hat der Ströer Konzern 14,7 Millionen Euro in immaterielle Vermögenswerte, insbesondere in die Entwicklung von Werbeträgern sowie eine verbesserte IT-Landschaft investiert. Darin waren erstmals auch in nennenswertem Umfang Investitionen in selbst erstellte Software enthalten, die sich aus der fortlaufenden Weiterentwicklung der Online-Werbeplattformen unserer neu erworbenen Unternehmen ergeben.

Insgesamt war der **Free Cash-Flow** trotz der umfangreichen Unternehmensakquisitionen im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 1,8 Millionen Euro leicht positiv. Auch bei mehrjähriger Betrachtung hat der Ströer Konzern seine Innenfinanzierungskraft unter Beweis gestellt. In den zurückliegenden fünf Jahren konnten die Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen vollständig aus dem operativen Cash-Flow finanziert werden. Im selben Zeitraum hat der operative Cash-Flow bis auf einen mittleren einstelligen Millionenbetrag auch noch sämtliche Wachstumsprojekte sowie Auszahlungen für Unternehmenserwerbe im Rahmen der strategischen Neuausrichtung des Konzerns abgedeckt.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** in Höhe von 17,9 Millionen Euro reflektiert insbesondere die Aufnahme von Finanzkrediten in Höhe von 29,7 Millionen Euro. Gegenläufig wirkten sich Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter in einem Umfang von 10,5 Millionen Euro aus, die vor allem für den Erwerb von weiteren Anteilen an bereits konsolidierten Unternehmen geleistet wurden. Im Vorjahr war der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit mit –121,4 Millionen Euro noch durch die umfangreiche Rückführung von Darlehensverbindlichkeiten im Rahmen der neu aufgesetzten Finanzstruktur im Juli 2012 gekennzeichnet.

Der Bestand an **liquiden Mitteln** nahm um 19,7 Millionen Euro auf 43,1 Millionen Euro zu und spiegelt aufgrund des leicht positiven Free Cash-Flow im Wesentlichen den Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit wider. Vor dem Hintergrund zusätzlicher langfristig zur Verfügung stehender freier Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro ist die Liquiditätsausstattung des Ströer Konzerns weiterhin komfortabel.

Finanzstrukturanalyse

Die **Finanzierung** des Ströer Konzerns bestand zum Jahresende 2013 zu rund 78 Prozent (Vj.: 79 Prozent) aus Eigenkapital und langfristigem Fremdkapital. Die kurzfristigen Schulden in Höhe von 213,2 Millionen Euro (Vj.: 180,9 Millionen Euro) sind auch nach dem Einstieg in die Online-Werbevermarktung zu weit mehr als 100 Prozent durch kurzfristige Vermögenswerte von 167,3 Millionen Euro (Vj.: 130,5 Millionen Euro) sowie langfristig zugesagte, freie Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro (Vj.: 193,5 Millionen Euro) fristenkongruent finanziert.

Die **Finanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 31. Dezember 2013 auf 393,5 Millionen Euro und lagen damit um 50,9 Millionen Euro über dem Vorjahreswert von 342,5 Millionen Euro. In diesem Anstieg machten sich insbesondere die um 28,6 Millionen Euro höheren Bankverbindlichkeiten bemerkbar. Den erhöhten Verbindlichkeiten stand ein Zugang bei den liquiden Mitteln in Höhe von 19,7 Millionen Euro gegenüber. Des Weiteren ergaben sich aus den genannten Akquisitionen weitere 11,2 Millionen Euro Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben. Den Veräußerern einiger dieser Unternehmen wurden darüber hinaus auch Put-Optionen zur Übertragung noch nicht veräußerter Anteile eingeräumt, woraus zusätzliche Verbindlichkeiten aus Put-Optionen in Höhe von 10,1 Millionen Euro hervorgingen.

In Mio. EUR	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	351,2	311,0	413,1	426,6	555,9
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	42,3	31,6	52,6	39,2	26,5
(1) + (2) Summe Finanzverbindlichkeiten	393,5	342,5	465,7	465,7	582,4
(3) Derivative Finanzinstrumente	24,3	16,9	27,4	39,5	29,8
(1) + (2) – (3) Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	369,2	325,6	438,3	426,2	552,6
(4) Liquide Mittel	43,1	23,5	134,0	106,1	57,3
(1) + (2) – (3) – (4) Nettoverschuldung	326,1	302,1	304,3	320,1	495,4
Dynamischer Verschuldungsgrad	2,8	2,8	2,3	2,5	5,0
Eigenkapitalquote (in %)	30,9	32,4	27,8	29,8	–6,4

Die **Nettoverschuldung** des Ströer Konzerns ist im Geschäftsjahr 2013 trotz der umfangreichen Investitionen in Unternehmen der Online-Werbevermarktung lediglich um 23,9 Millionen Euro auf 326,1 Millionen Euro angestiegen. Dabei profitierte der Konzern vom anziehenden operativen Geschäft und dem damit einhergehenden deutlich verbesserten operativen Cash-Flow. Der dynamische Verschuldungsgrad („Leverage Ratio“), der als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA definiert ist, lag aufgrund des deutlich verbesserten Operational EBITDA mit 2,8 nahezu unverändert auf Vorjahresniveau.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sind im Jahr 2013 um 27,5 Millionen Euro auf 107,9 Millionen Euro angestiegen. Dieser Anstieg entfiel mit 27,9 Millionen Euro vollständig auf den Zugang der neu erworbenen und im Berichtsjahr erstmals konsolidierten Unternehmen der Online-Werbevermarktung.

Die **Verbindlichkeiten aus laufenden Ertragsteuern** haben sich gegenüber dem Vorjahr von 16,0 Millionen Euro auf 6,7 Millionen Euro vermindert. Wesentliche Ursache dieser Entwicklung waren die im abgelaufenen Geschäftsjahr geleisteten Steuernachzahlungen für vorangegangene Veranlagungszeiträume.

Das **Eigenkapital** des Ströer Konzerns hat sich im Berichtsjahr positiv entwickelt und lag mit 296,0 Millionen Euro um 16,5 Millionen Euro über dem Vorjahreswert. Diese Entwicklung beruhte auf verschiedenen, zum Teil gegenläufigen Effekten. So führte eine im Juni 2013 vollzogene Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage zu einem Anstieg des Eigenkapitals um 57,4 Millionen Euro. Des Weiteren haben sich auch der Konzernüberschuss sowie der gestiegene Anteil nicht beherrschender Gesellschafter im Rahmen der Unternehmensakquisitionen kapitalerhöhend bemerkbar gemacht. Demgegenüber haben sich Währungskurseffekte bei der Umrechnung unserer türkischen und polnischen Aktivitäten nachteilig auf das Eigenkapital des Konzerns ausgewirkt. Gleichzeitig hatten auch die im Rahmen der Unternehmenserwerbe neu eingegangenen Put-Optionen eine dämpfende Wirkung auf das Eigenkapital. Aufgrund der im Zuge der Akquisitionen angestiegenen Bilanzsumme war die Eigenkapitalquote mit 30,9 Prozent zum 31. Dezember 2013 trotz des in absoluten Beträgen gestiegenen Eigenkapitals gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert (32,4 Prozent) leicht rückläufig.

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 „Immaterielle Vermögenswerte“ auf Seite 119

Vermögenslage

Konzernbilanz

In Mio. EUR	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009
Aktiva					
Langfristig gebundenes Vermögen					
Immaterielle Vermögenswerte	254,0	262,0	278,4	306,5	213,1
Goodwill	309,4	226,1	224,2	225,0	180,2
Sachanlagen	206,7	225,9	221,8	212,8	180,9
Steueransprüche	7,8	5,0	15,5	9,4	31,4
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	11,0	14,3	14,4	10,7	9,1
Zwischensumme	788,9	733,3	754,3	764,5	614,7
Kurzfristig gebundenes Vermögen					
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	117,7	96,7	85,8	107,2	68,2
Liquide Mittel	43,1	23,5	134,0	106,1	57,3
Steueransprüche	4,5	4,8	3,1	4,2	4,2
Vorräte	2,9	5,5	5,4	5,1	4,1
Zwischensumme	168,3	130,5	228,4	222,6	133,8
Bilanzsumme	957,1	863,7	982,6	987,1	748,6
Passiva					
Langfristige Finanzierungsmittel					
Eigenkapital	296,0	279,6	273,5	294,4	-48,1
Finanzielle Verbindlichkeiten	351,2	311,0	413,1	426,6	555,9
Latente Steuerverbindlichkeiten	57,3	55,1	71,4	64,9	75,6
Rückstellungen	39,4	37,2	31,3	36,8	31,9
Zwischensumme	447,9	403,2	515,8	528,3	663,4
Kurzfristige Finanzierungsmittel					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	107,9	80,5	77,5	67,9	50,9
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	77,9	65,9	81,7	70,3	52,2
Rückstellungen	20,6	18,6	21,0	17,7	23,6
Ertragsteuerverbindlichkeiten	6,7	16,0	13,1	8,4	6,5
Zwischensumme	213,2	180,9	193,3	164,3	133,3
Bilanzsumme	957,1	863,7	982,6	987,1	748,6

Vermögensstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** des Ströer Konzerns ist im Jahr 2013 um 93,4 Millionen Euro auf 957,1 Millionen Euro angestiegen. Dieser Anstieg beruht im Wesentlichen auf den im abgelaufenen Geschäftsjahr vollzogenen Unternehmenserwerben.

Das **Langfristig gebundene Vermögen** nahm im Berichtsjahr um 7,6 Prozent auf 788,9 Millionen Euro zu. Wesentliche Ursache für diese Entwicklung waren vor allem die Zugänge bei den immateriellen Vermögenswerten, in denen sich insbesondere die im Rahmen der Unternehmenserwerbe erstmals bilanzierten Firmenwerte mit 93,8 Millionen Euro sowie die selbst erstellte Software und die kapitalisierten Publisher-Verträge mit insgesamt 26,3 Millionen Euro niedergeschlagen haben. Dabei beruht ein Teil der Firmenwerte auf einer vorübergehenden Bilanzierung, weil noch nicht alle Kaufpreisallokationen (PPA) im Rahmen der Zuordnung stiller Reserven zu einzelnen Vermögenswerten finalisiert worden sind. Darüber hinaus führten auch Investitionen in die konzernweite IT-Landschaft zu Zugängen bei den immateriellen Vermögenswerten. Gegenläufig wirkten sich die kontinuierliche Amortisation von Werbenutzungsrechten sowie Währungskursverluste auf Werbenutzungsrechte und Firmenwerte unserer ausländischen Gesellschaften aus. Das Sachanlagevermögen verzeichnete im gleichen Zeitraum einen leichten Rückgang um 19,2 Millionen Euro auf 206,7 Millionen Euro. Ausschlaggebend waren laufende Abschreibungen sowie Währungskursverluste aus der Umrechnung der Vermögenswerte in den Bilanzen unserer türkischen und polnischen Konzerngesellschaften, wodurch die konzernweiten Investitionen entsprechend überkompensiert wurden. Die neu erworbenen Unternehmen führten lediglich zu Zugängen im Sachanlagevermögen in Höhe von 0,9 Millionen Euro.

Das **Kurzfristig gebundene Vermögen** ist gegenüber dem Vorjahr um 37,8 Millionen Euro auf 168,3 Millionen Euro angestiegen. Von diesem Anstieg entfielen 23,3 Millionen Euro auf Zugänge bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Ausschlaggebend waren in diesem Zusammenhang die erstmals bilanzierten Forderungen der neu erworbenen Online-Vermarkter in Höhe von 35,9 Millionen Euro. Bereinigt um diesen Effekt ist die Position einerseits aufgrund von Währungskursschwankungen und andererseits aufgrund eines verbesserten Working Capital Managements bei unseren ausländischen Tochterunternehmen gesunken. Ein weiterer Grund für den Zuwachs im Kurzfristig gebundenen Vermögen ist der dispositionsbedingt um 19,7 Millionen Euro auf 43,1 Millionen Euro gestiegene Bestand an liquiden Mitteln.

→ Hinsichtlich des nicht bilanzierten Vermögens im Humankapital des Ströer Konzerns verweisen wir auf unsere Berichterstattung im Kapitel „Mitarbeiter“ auf Seite 54

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 2013 auf 1.062,9 Millionen Euro (Vj.: 1.163,7 Millionen Euro) und betrafen sowohl Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen als auch Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren.

ANGABEN ZUR STRÖER MEDIA AG

Der Lagebericht der Ströer Media AG (im Folgenden: „Ströer AG“) und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2013 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Der Jahresabschluss und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns werden zeitgleich im Elektronischen Bundesanzeiger offengelegt.

Beschreibung der Gesellschaft

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

Ertragslage

Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** erhöhte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um 14,2 Millionen Euro auf 33,8 Millionen Euro. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen auf höhere Erträge aus Gewinnabführungsverträgen zurückzuführen, bei denen die Ströer AG einen Zuwachs von 17,1 Millionen Euro auf 47,5 Millionen Euro verzeichnen konnte. Diese positive Entwicklung wurde nur zu einem kleinen Teil durch die um 2,5 Millionen Euro höheren Abschreibungen sowie durch eine moderate Erhöhung bei den Personalaufwendungen in Höhe von 1,6 Millionen Euro kompensiert. Das deutlich verbesserte Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit hat gleichzeitig auch zu einem merklich anziehenden Jahresergebnis der Ströer AG geführt, wobei sich der Steueraufwand mit 5,0 Millionen Euro jedoch spürbar dämpfend auswirkte. Letztlich konnte der Jahresüberschuss für das Jahr 2013 um 8,6 Millionen Euro auf 28,6 Millionen Euro zulegen.

In TEUR	2013	2012
Andere aktivierte Eigenleistungen	826	399
Sonstige betriebliche Erträge	21.828	21.346
Personalaufwand	-16.996	-15.352
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen	-3.962	-1.504
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-19.524	-20.198
Erträge aus Beteiligungen	295	740
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	47.495	30.396
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	8.132	7.871
Zinsen und ähnliche Aufwendungen/ Erträge	-4.343	-4.103
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	33.752	19.594
Außerordentliches Ergebnis	-26	-1
Ertragsteuern	-5.033	571
Sonstige Steuern	-61	-177
Jahresergebnis	28.631	19.987
Gewinnvortrag	39.987	46.043
Einstellung in die Gewinnrücklagen	-19.987	-26.043
Bilanzgewinn	48.631	39.987

Die **Sonstigen betrieblichen Erträge** in Höhe von 21,8 Millionen Euro (Vj.: 21,3 Millionen Euro) beruhen mit 17,7 Millionen Euro (Vj.: 16,9 Millionen Euro) insbesondere auf konzerninternen Serviceleistungen, von denen 9,5 Millionen Euro (Vj.: 8,9 Millionen Euro) auf IT-Serviceleistungen entfallen. Darüber hinaus enthalten die Sonstigen betrieblichen Erträge auch Erträge aus weiterberechneten Aufwendungen in Höhe von 3,2 Millionen Euro (Vj.: 3,3 Millionen Euro) sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 0,9 Millionen Euro (Vj.: 1,1 Millionen Euro). Der Anstieg der Sonstigen betrieblichen Erträge um 0,5 Millionen Euro beruhte vor allem auf den Erlösen aus konzerninternen Serviceleistungen, die um 0,8 Millionen Euro höher ausfielen als im Vorjahr.

Der **Personalaufwand** der Ströer AG legte im Zuge von moderaten Gehaltsanpassungen und Abfindungen gegenüber dem Vorjahr um 1,6 Millionen Euro zu.

Die **Abschreibungen** auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und auf Sachanlagen sind um 2,5 Millionen Euro auf 4,0 Millionen Euro angestiegen. Ursächlich für diesen Anstieg waren vor allem zusätzliche Abschreibungen auf nicht mehr benötigte Software und aktivierte Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung der IT-Landschaft in Höhe von 2,3 Millionen Euro.

Der **Sonstige betriebliche Aufwand** lag im Geschäftsjahr 2013 mit 19,5 Millionen Euro um 0,7 Millionen Euro unter dem Vorjahresniveau. Ausschlaggebend dafür waren insbesondere die Rechts- und Beratungskosten, die um 0,7 Millionen Euro zurückgefahren werden konnten.

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

Die **Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen** in Höhe von 47,5 Millionen Euro ergeben sich aus der Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH an die Ströer AG für das Geschäftsjahr 2013. Grundlage dafür ist der im Jahr 2010 geschlossene Ergebnisabführungsvertrag. Der Anstieg des abgeführten Gewinns um 17,1 Millionen Euro ist maßgeblich auf die veränderte Geschäftslage der deutschen Ströer Gruppe zurückzuführen.

Die **Erträge aus Ausleihungen** des Finanzanlagevermögens beruhen in erster Linie auf konzerninternen Darlehen, welche die Ströer AG im abgelaufenen Jahr bzw. in den Vorjahren an ihre Tochtergesellschaften ausgereicht hatte. Der Anstieg um 0,3 Millionen Euro auf 8,1 Millionen Euro reflektiert den gegenüber dem Vorjahr leicht erhöhten Saldo der Ausleihungen.

Das **Ergebnis aus Zinsen und ähnlichen Aufwendungen/Erträgen** bewegte sich bei einem Rückgang um 0,2 Millionen Euro nahezu auf Vorjahresniveau.

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

Während im Vorjahr eine Entlastung aus **Ertragsteuern** in Höhe von 0,6 Millionen Euro vorlag, weist die Gesellschaft im aktuellen Jahr einen negativen Effekt aus Ertragsteuern in Höhe von 5,0 Millionen Euro aus. Dieser Effekt ergibt sich hauptsächlich aus höheren Aufwendungen für Körperschaft- und Gewerbesteuer des abgelaufenen Geschäftsjahres (5,5 Millionen Euro), denen lediglich Erträge in Höhe von 0,9 Millionen Euro aus der Auflösung passiver latenter Steuern gegenüberstehen.

Vermögens- und Finanzlage

Die Bilanzsumme der Ströer AG ist im Geschäftsjahr 2013 von 500,2 Millionen Euro auf 636,0 Millionen Euro angestiegen. Wesentliche Ursachen für die Zunahme um 135,8 Millionen Euro sind das um 110,2 Millionen Euro gestiegene Finanzanlagevermögen sowie die um 13,7 Millionen Euro erhöhten Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Des Weiteren haben die immateriellen Vermögensgegenstände um 7,3 Millionen Euro und die liquiden Mittel um 6,2 Millionen Euro zugelegt. Auf der Passivseite ergeben sich die größten Veränderungen aus dem Eigenkapital mit einem Zuwachs von 78,1 Millionen Euro, aus den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit zusätzlichen 28,5 Millionen Euro sowie aus den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen mit einem Anstieg von 27,3 Millionen Euro.

In TEUR	2013	2012
Aktiva		
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	15.925	8.820
Finanzanlagen	553.952	443.712
	569.876	452.532
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	54.052	41.291
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	9.247	3.017
	63.298	44.308
Rechnungsabgrenzungsposten	2.815	3.393
Bilanzsumme	635.989	500.233
Passiva		
Eigenkapital	505.597	427.466
Rückstellungen		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	32	31
Steuerrückstellungen	3.931	12.093
Sonstige Rückstellungen	19.132	9.466
	23.096	21.590
Verbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	57.512	29.014
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	5.713	4.518
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	28.319	982
	91.544	34.513
Passive latente Steuern	15.753	16.664
Bilanzsumme	635.989	500.233

Vermögensstrukturanalyse

Die **Immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen** sind im Berichtsjahr um 7,1 Millionen Euro angestiegen, wobei sich insbesondere die Investitionen in den Ausbau und die Neuausrichtung der IT-Landschaft bemerkbar gemacht haben. Im Rahmen dieser Neuausrichtung fielen zusätzliche Abschreibungen auf nicht mehr benötigte Software und aktivierte Aufwendungen in Höhe von 2,3 Millionen Euro an.

Der Anstieg der **Anteile an verbundenen Unternehmen** im Geschäftsjahr 2013 um 106,1 Millionen Euro spiegelt den Erwerb weiterer 15 Prozent der Anteile an der BlowUP Media GmbH (6,0 Millionen Euro), den Erwerb von rund 91 Prozent der Anteile an der adscale GmbH (19,8 Millionen Euro), den Erwerb sämtlicher Anteile an der Ströer Digital Group GmbH (60,2 Millionen Euro) sowie den Erwerb von 53,4 Prozent der Anteile an der Ballroom International CEE Holding GmbH (20,1 Millionen Euro) wider. Ebenfalls im Jahr 2013 wurden die erworbenen Anteile an der adscale GmbH im Wege einer Sacheinlage in die Ströer Digital Group GmbH eingebracht, die wiederum im Anschluss noch weitere 5,8 Prozent an der adscale GmbH erworben hat.

Die **Ausleihungen an verbundene Unternehmen** sind im Berichtsjahr um 4,1 Millionen Euro auf 99,3 Millionen Euro angestiegen. Ausschlaggebend dafür waren insbesondere ein Darlehen an die Ströer Digital Group GmbH sowie langfristige Zinsforderungen gegenüber Ströer Kentvizyon, die in ein Darlehen umgewandelt worden sind.

Die **Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände** legten im Jahr 2013 gegenüber dem Vorjahr um 12,8 Millionen Euro auf 54,1 Millionen Euro zu. Wesentlicher Treiber für diese Entwicklung waren vor allem die um 13,7 Millionen Euro gestiegenen Forderungen gegen verbundene Unternehmen, wobei der Anstieg dieser konzerninternen Forderungen wiederum hauptsächlich auf der um 17,1 Millionen Euro verbesserten Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH beruhte. Gegenläufig entwickelten sich insbesondere die konzerninternen Forderungen aus dem Cash-Pooling. Hier sind die Forderungen in Höhe von 2,6 Millionen Euro zum 31. Dezember 2012 zum Bilanzstichtag 2013 in Verbindlichkeiten aus dem Cash-Pooling in Höhe von 26,4 Millionen Euro umgeschlagen. Darüber hinaus sind in den Sonstigen Vermögensgegenständen die Steuererstattungsansprüche um 1,0 Million Euro auf nunmehr 3,7 Millionen Euro zurückgegangen.

→ Für weitere Ausführungen
verweisen wir auf die Liquiditäts-
analyse auf Seite 48

Die **Guthaben bei Kreditinstituten** haben sich um 6,2 Millionen Euro auf 9,2 Millionen Euro erhöht.

Der **Rechnungsabgrenzungsposten** ist um 0,6 Millionen Euro auf 2,8 Millionen Euro zurückgegangen. Von diesem Jahresendsaldo entfallen 2,5 Millionen Euro auf abgegrenzte Transaktionskosten im Zusammenhang mit der im Jahr 2012 neu abgeschlossenen syndizierten Kreditfazilität. Der Rückgang des Rechnungsabgrenzungspostens um 0,6 Millionen Euro ergibt sich primär aus der raterlichen Auflösung der Abgrenzung über die fünfjährige Laufzeit.

Finanzstrukturanalyse

Die Ströer AG verzeichnete im **Eigenkapital** einen Zugang in Höhe von 78,1 Millionen Euro auf 505,6 Millionen Euro. Dieser Anstieg setzt sich aus mehreren Effekten zusammen. So wurden das Gezeichnete Kapital sowie die Kapitalrücklage im Wege einer Sacheinlage gegen Ausgabe junger Aktien um 6,8 Millionen Euro bzw. 42,7 Millionen Euro erhöht, wobei es sich bei der Sacheinlage um die Anteile an der Ströer Digital Group GmbH handelte. Daneben erzielte die Gesellschaft im Berichtsjahr einen Jahresüberschuss in Höhe von 28,6 Millionen Euro. Des Weiteren hat sich die Struktur des Eigenkapitals dahingehend geändert, dass mit Beschluss der Hauptversammlung vom 8. August 2013 ein Betrag von 20,0 Millionen Euro aus dem Bilanzgewinn 2012 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt und ein Betrag von 20,0 Millionen Euro auf neue Rechnung vorgetragen wurde. Die Eigenkapitalquote der Ströer AG ist mit 79,5 Prozent (Vj.: 85,5 Prozent) weiterhin als sehr komfortabel einzustufen. Sie ist allerdings trotz des gestiegenen Eigenkapitals aufgrund der im Rahmen der Unternehmenserwerbe deutlich gestiegenen Bilanzsumme um 6,0 Prozentpunkte zurückgegangen.

Die **Rückstellungen** haben sich gegenüber dem Vorjahr in Summe um 1,5 Millionen Euro auf 23,1 Millionen Euro erhöht. Dabei sind die Sonstigen Rückstellungen um 9,7 Millionen Euro auf 19,1 Millionen Euro angestiegen. Ausschlaggebend für diese Entwicklung in den Sonstigen Rückstellungen sind einerseits die im Zuge des Erwerbs von Unternehmen der Online-Werbevermarktung eingegangenen erfolgsabhängigen Kaufpreisverpflichtungen (Earn-Out-Verbindlichkeiten), die sich zum Bilanzstichtag auf 11,0 Millionen Euro belaufen. Andererseits sind die Rückstellungen für Boni und Tantiemen um 1,4 Millionen Euro angestiegen. Dagegen wirkte sich die Reduzierung der Rückstellungen für drohende Verluste aufgrund der fortschreitenden Zahlungen für in Vorjahren abgeschlossene Zinssicherungsinstrumente in einem Volumen von 1,7 Millionen Euro rückstellungsmindernd aus. Des Weiteren gingen auch die Rückstellungen für ausstehende Rechnungen um 0,5 Millionen Euro zurück. Die Steuerrückstellungen sanken im gleichen Zeitraum um 8,2 Millionen Euro auf 3,9 Millionen Euro. Wesentliche Ursache für diesen Rückgang sind die auf sehr niedrigem Niveau geleisteten Steuervorauszahlungen der Vorjahre, denen entsprechend höhere Nachzahlungen im Geschäftsjahr 2013 gegenüberstanden.

Der Zuwachs bei den **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten** um 28,5 Millionen Euro auf 57,5 Millionen Euro resultiert aus der zusätzlichen Inanspruchnahme von Betriebsmittellinien.

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** und die **Sonstigen Verbindlichkeiten** erhöhten sich in Summe um 1,2 Millionen Euro auf 5,7 Millionen Euro. Diese Veränderung ergibt sich in erster Linie aus den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die bedingt durch den Zeitpunkt der Zahlungsläufe leicht angestiegen sind.

Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** nahmen im Berichtsjahr um 27,3 Millionen Euro auf 28,3 Millionen Euro zu. Von diesem Anstieg entfallen 26,4 Millionen Euro auf gestiegene Verbindlichkeiten aus dem Konzern-Cash-Pooling, für das die Ströer AG als Cash-Pool-Träger agiert.

Liquiditätsanalyse

In Mio. EUR	2013	2012
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	5,5	24,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-56,6	-6,9
Free Cash-Flow	-51,2	17,6
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	57,4	-125,1
Mittelveränderung	6,2	-107,6
Mittelbestand am Ende der Periode	9,2	3,0

Der **Cash-Flow aus operativer Tätigkeit** liegt mit 5,5 Millionen Euro um 19,0 Millionen Euro unter dem entsprechenden Vorjahreswert. Dieser Rückgang ist einerseits bedingt durch die im Jahr 2013 geleisteten Steuernachzahlungen für vorangegangene Veranlagungszeiträume, die in einem Umfang von etwa 9,8 Millionen Euro anfielen. Andererseits beruht der Rückgang auf der im Jahr 2013 für das Geschäftsjahr 2012 erhaltenen Zahlung aus Gewinnabführung der Ströer Media Deutschland GmbH. Diese war aufgrund der eingetrübten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen um 11,2 Millionen Euro niedriger ausgefallen als die Zahlung im Jahr 2012 für das Wirtschaftsjahr 2011.

Der **Cash-Flow aus Investitionstätigkeit** hat im Berichtsjahr mit -56,6 Millionen Euro um -49,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr zugelegt. Dieser Entwicklung lagen insbesondere die Auszahlungen für Unternehmenserwerbe zugrunde. So wurden im Jahr 2013 für die 15 Prozent der Anteile an der BlowUP Media GmbH rund 6,0 Millionen Euro, für den Erwerb der adscale GmbH rund 19,8 Millionen Euro und für den Erwerb der Ballroom International CEE Holding GmbH rund 19,5 Millionen Euro gezahlt. Des Weiteren wurden gegenüber dem Vorjahr etwa 4,5 Millionen Euro

mehr in Immaterielle Vermögensgegenstände investiert, von denen der wesentliche Teil auf die Neuausrichtung der IT-Landschaft entfiel.

Der **Free Cash-Flow** – definiert als Saldo aus operativem Cash-Flow und Cash-Flow aus Investitionsstätigkeit – belief sich im Geschäftsjahr 2013 auf –51,2 Millionen Euro.

Der **Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit** reflektiert vor allem die gestiegenen Investitionsauszahlungen im Rahmen der Unternehmenserwerbe. Er setzt sich im Wesentlichen aus dem Überschuss der Cash-Pooling-Einzahlungen sowie aus den Aufnahmen bzw. Tilgungen der Betriebsmittellinie zusammen. Im Vorjahr war der Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit noch durch die Neustrukturierung der Konzernfinanzierung im Rahmen der Aufnahme einer neuen Kreditfazilität geprägt.

Der **Bestand an liquiden Mitteln** lag zum Bilanzstichtag mit 9,2 Millionen Euro aus Dispositionsgründen leicht um 6,2 Millionen Euro über dem Vorjahreswert.

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

In Mio. EUR	31.12.2013	31.12.2012
(1) Langfristige Finanzverbindlichkeiten	–57,0	–25,0
(2) Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (inkl. konzerninterner Finanzverbindlichkeiten)	–29,7	–2,1
(1)+(2) Summe Finanzverbindlichkeiten	–86,7	–27,1
(3) Konzerninterne lang- und kurzfristige Finanzforderungen	148,9	131,1
(1)+(2)–(3) Finanzverbindlichkeiten (abzüglich konzerninterner Finanzforderungen)	62,2	104,0
(4) Liquide Mittel	9,2	3,0
(1)+(2)–(3)–(4) Nettofinanzvermögen	71,4	107,0
Eigenkapitalquote (in %)	79,5	85,5

Das Nettofinanzvermögen ist gegenüber dem Vorjahr (107,0 Millionen Euro) um 35,6 Millionen Euro auf 71,4 Millionen Euro zurückgegangen. Dieser Rückgang entspricht weitgehend dem Free Cash-Flow bereinigt um die gegenüber dem Vorjahr erhöhte Forderung aus dem Ergebnisabführungsvertrag.

Die Ströer AG ist als Holdinggesellschaft eng mit der Entwicklung des gesamten Ströer Konzerns verbunden. Aufgrund der sehr komfortablen Eigenkapitalquote und der anziehenden operativen Ergebnisse ihrer Tochtergesellschaften ist sie, trotz ihres vorübergehend rückläufigen Free Cash-Flows, nach unserer Überzeugung ebenso wie der Konzern insgesamt für künftige Herausforderungen in einem uneinheitlichen wirtschaftlichen Umfeld gut aufgestellt.

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

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

INFORMATIONEN ZUR AKTIE

Nach einem eher schwierigen Jahresbeginn und einigen Schwankungen in der ersten Jahreshälfte entwickelte sich der deutsche Aktienmarkt insgesamt überaus positiv. Der DAX konnte einen Wertzuwachs von 25 Prozent verzeichnen und markierte über das Jahr 2013 mehrere historische Höchststände. Gestützt wurde diese Entwicklung durch die niedrigen Leitzinsen und die expansive Geldpolitik in den USA und Europa.

Auch die Ströer Aktie hat sich über das gesamte Jahr 2013 positiv entwickelt. Gegenüber dem Schlusskurs 2012 legte sie bis zum Jahresende 2013 um rund 95 Prozent zu und schloss bei 12,90 Euro.

Die Ströer Aktie im Jahr 2013 im Vergleich zum SDAX und DAXsector Media



*2.1.2013 = 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 und Kopenhagen.

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 Webseite <http://ir.stroeer.de>, auf der wir zeitnah kapitalmarktrelevante Informationen und Dokumente zur Verfügung stellen.

Ordentliche und außerordentliche Hauptversammlung

Am 8. August 2013 fand in Köln unsere jährliche Hauptversammlung statt. Bei einer Präsenz von 87 Prozent des Grundkapitals wurden alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands mit Zustimmungsraten von jeweils über 90 Prozent angenommen. Hierzu zählten auch die Ermächtigung zur Ausgabe von Aktienoptionen im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2013 sowie die Schaffung eines Bedingten Kapitals zur Bedienung dieser Aktienoptionen. Gemäß des neuen § 6a der Satzung ist 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 Aktien an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013. Den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats wurde für das Geschäftsjahr 2012 Entlastung erteilt. Als Mitglied des Aufsichtsrats bestätigt wurde Christoph Vilanek, CEO der freenet AG, der dem Gremium mindestens bis zur Hauptversammlung 2016 angehören wird. Des Weiteren wurde über die Verwendung des Bilanzgewinns abgestimmt und die Aufsichtsratsvergütung neu geregelt sowie die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer bestellt.

Im März 2013 stimmten die Aktionäre auf einer außerordentlichen Hauptversammlung mit großer Mehrheit der Namensänderung der Ströer Out-of-Home Media AG in Ströer Media AG sowie der Erweiterung des satzungsgemäßen Unternehmensgegenstandes zu. Vertreten waren rund 81,5 Prozent des Grundkapitals.

Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Aktie der Ströer Media AG ist im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und seit September 2010 im AuswahlindeX SDAX gelistet. Auf Basis des Schlusskurses vom 31. Dezember 2013 beträgt die Marktkapitalisierung rund 630 Millionen Euro. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen der Ströer Aktie an den deutschen Börsen in den ersten zwölf Monaten dieses Jahres liegt bei gut 44.000 Stück.

Analystenstudien

Die Ströer Media AG wird von zehn Analysten-Teams begleitet. Von den Einschätzungen zum Ende der zwölfmonatigen Berichtsperiode dieses Jahres lauteten drei „Kaufen“ und sieben „Halten“. Die aktuellen Broker-Einschätzungen können unter <http://ir.stroer.de> eingesehen bzw. der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Investment Bank	Empfehlung*
Berenberg Bank	Halten
Citigroup Global Markets	Halten
Close Brothers Seydler Research	Halten
Commerzbank	Halten
KeplerChevreux	Halten
Deutsche Bank	Kaufen
Goldman Sachs	Halten
Hauck & Aufhäuser Institutional Research	Kaufen
J.P. Morgan	Kaufen
Morgan Stanley	Halten

*Stand 30.12.2013

Kapitalmaßnahmen und Aktionärsstruktur

Die heutige Ströer Digital Media GmbH wurde im Wege einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage in die Ströer Media AG eingebracht. Hierzu wurden aus dem genehmigten Kapital der Ströer Media AG 6.771.546 neue Aktien zum Ausgabekurs von 7,31 Euro an die Media Ventures GmbH ausgegeben. Die Media Ventures GmbH ist mehrheitlich (51 Prozent) in Besitz von Dirk Ströer, der zugleich dem Aufsichtsrat der Ströer Media AG angehört und Aktionär der Ströer Media AG ist. Die restlichen 49 Prozent der Anteile an der Media Ventures GmbH hält Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands der Ströer AG.

Die Gesamtzahl der Aktien unserer Gesellschaft erhöhte sich hierdurch auf 48.869.784 zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2013.

Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 24,22 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, 29,95 Prozent und die Vorstandsmitglieder Alfried Bührdel (ausgeschieden zum 21. Februar 2014) und Christian Schmalzl halten zusammen rund 0,15 Prozent der Aktien an der Ströer Media AG. Der Streubesitz beträgt rund 40 Prozent.

Laut den der Gesellschaft vorliegenden Mitteilungen zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Berichts am 11. März 2014 sind uns die folgenden Stimmrechtsanteile an der Ströer Media AG von über 3 Prozent bekannt: Sambara Stiftung 5,73 Prozent, Allianz Global Investors Europe 5,13 Prozent, Credit Suisse 4,63 Prozent und JO Hambro Capital Management 3,01 Prozent.

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

Aktionärsstruktur der Ströer Media AG

In %



Kenndaten der Ströer Media AG 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)
ISIN	DE0007493991
WKN	749399
Börsenkürzel	SAX
Reuters	SAXG.DE
Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Sektor	DAXsector All Media (Performance)
Index	SDAX
Erstnotierung	15. Juli 2010
Designated Sponsors	Close Brother Seydler Bank AG
Jahresanfangskurs 2013 (2. Januar)	6,75 EUR
Jahresendkurs 2013 (30. Dezember)*	12,90 EUR
Höchstkurs 2013 (20. November)*	14,60 EUR
Tiefstkurs 2013 (2. Januar)*	6,75 EUR

*XETRA-Schlusskurs in EUR

Dividendenpolitik

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

MITARBEITER

Die Entwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter ist entscheidend für den Erfolg der Ströer Gruppe. Wesentliches Instrument ist unser qualifiziertes On-the-Job-Training. Demografischer 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 2.223 (Vj.: 1.750) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit. Durch die Akquisitionen im Unternehmensbereich Online kamen 198 Stellen im Inland sowie 229 im Ausland dazu. Im nächsten Jahr rechnen wir mit einer steigenden Tendenz unserer Mitarbeiterzahl durch den Aufbau unserer Vertriebsstruktur sowie eine steigende Mitarbeiterzahl im Online-Segment.

Betriebszugehörigkeit

Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 7,6 Jahre (Vj.: 7,9 Jahre) im Ströer Konzern beschäftigt. Der leichte Rückgang ist durch das Hinzukommen der Mitarbeiter im Unternehmensbereich Online zu erklären.

Altersstruktur

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. Gleichzeitig 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 hat sich mit einem Rückgang um 2,1 Prozent auf hohem Niveau stabilisiert. 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.

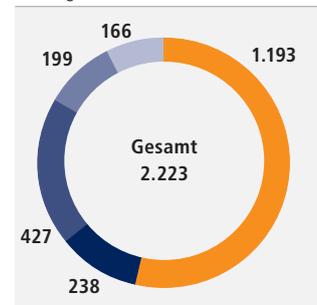
Ausbildung

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir auch im Jahr 2013 konsequent verfolgt. Ströer bildet zum Stichtag in den Berufsbildern Mediengestalter Digital & Print, Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute für Marketingkommunikation und Fachinformatiker bundesweit insgesamt 45 Nachwuchskräfte aus. Die Anzahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Im Laufe des Jahres 2013 haben wir in Deutschland 16 neue Auszubildende 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. Ströer hat dieses Ausbildungsmodell als sehr praxisnah kennengelernt. Zudem bietet es dem Unternehmen vielfältige Möglichkeiten der Nachwuchsentwicklung.

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2013

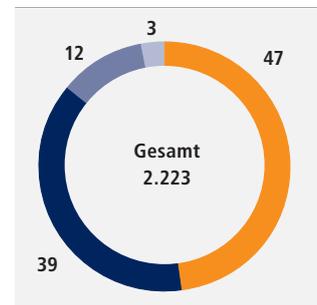


- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Online
- Sonstige¹⁾
- Holding

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Altersstruktur der Mitarbeiter im Ströer Konzern

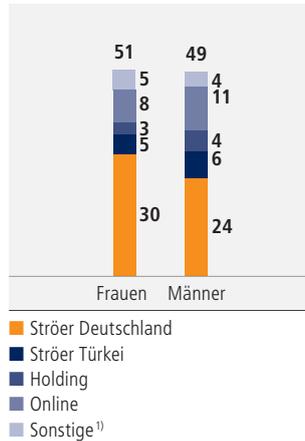
2013 in %



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

Geschlechterverteilung der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

2013 in %



¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Ströer bietet den BA-Studenten und Auszubildenden gute Chancen auf eine Übernahme. Im Jahr 2013 konnten wir erneut eine Vielzahl junger Talente in den verschiedensten Unternehmensbereichen übernehmen.

Mit der Rekrutierung für den nächsten Ausbildungsjahrgang 2014 haben wir bereits Ende 2013 begonnen.

In Zukunft möchten wir unsere Arbeitszeitmodelle weiter flexibilisieren und Vertrauensarbeit zusammen mit Zielvereinbarungen über die gesamte Ströer Gruppe einführen. 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.

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 2013 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 2013 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. Im Jahr 2013 kamen LTI-Beträge in Höhe von TEUR 476 zur Auszahlung.

Kapitalrendite auf Basis adj. EBIT/Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung über einen Zeitraum 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 320. Die Vergütung kann maximal den doppelten 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 null Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Umsatzwachstum

In einem Drei-Jahres-Zeitraum 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 357. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von null 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 zugesagte Betrag auf TEUR 263, was zum Bilanzstichtag einer Anzahl virtueller Aktienoptionen von 38.060 Stück mit jeweiligem Zeitwert von 12,90 Euro entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vier-Jahres-Zeitraums 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 null Euro, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Auf Wunsch 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 Operational EBITDA 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 im Geschäftsjahr 2013 ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

In EUR					
Fix-Vergütungen	Nebenleistungen	STI	LTI	Aktienoptionen in Stück	Fair Value je Aktienoption
2.240.000	490.000	1.143.000	1.773.000	1.400.000	1,41

Die ausgewiesenen Vergütungen beinhalten eine im Jahr 2013 gewährte zusätzliche Zahlung von TEUR 400 für einen Vorstand.

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

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

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 seit 2013 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 2013 betrug 200.343,00 Euro (ohne etwaige Umsatzsteuer).

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

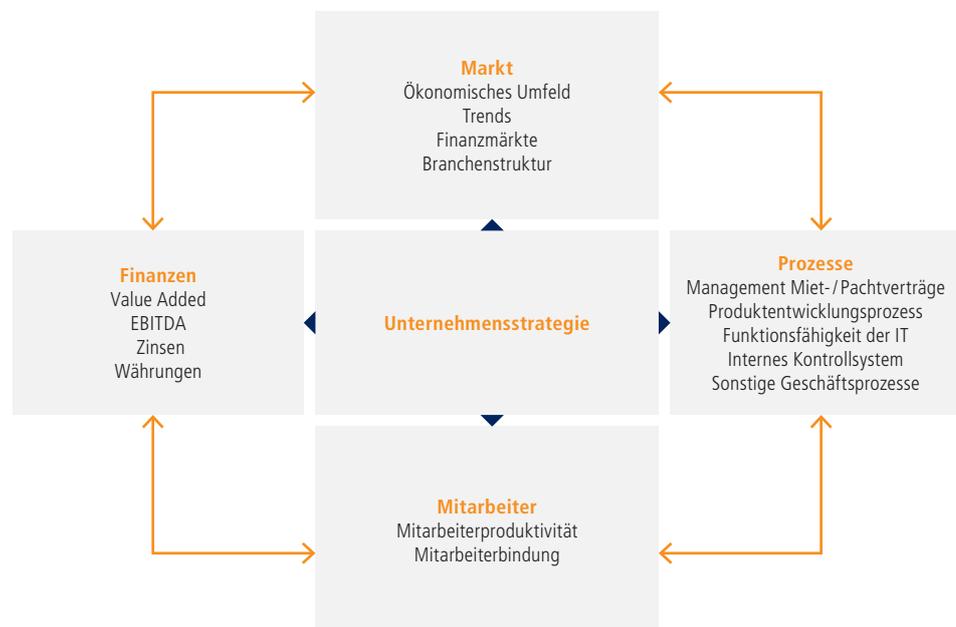
Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

Das Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe bildet die Grundlage für die Gesamtrisikoeinschätzung unseres Vorstands. Es fasst sämtliche von den Risikoverantwortlichen angezeigten Risiken zu Kernrisiken zusammen, die eine Bedrohung der strategischen Erfolgsfaktoren darstellen können. Nach unserer Einschätzung sind die beschriebenen Risiken zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts beherrschbar. Im Einzelnen sind keine bestandsgefährdenden Risiken zu erkennen. Zugleich sind wir zuversichtlich, dass Ströer strategisch und finanziell gut aufgestellt ist und die sich bietenden Chancen nutzen wird. Trotz der uneinheitlichen volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen in unseren Kernmärkten werden sich nach Erwartungen des Vorstands die Marktbedingungen im laufenden Geschäftsjahr insgesamt eher stabilisieren. Bei Eintreten eines schlechteren Szenarios kann die Ströer Gruppe zeitnah reagieren und von internen Maßnahmen zur Stabilisierung der Investitions- und Kostenbudgets Gebrauch machen.

Chancen- und Risikomanagementsystem

Unser Finanzvorstand trägt die Verantwortung für das Chancen- und Risikomanagement, das integraler Bestandteil der Unternehmensführung ist. Chancen und Risiken sind dabei mögliche künftige Entwicklungen oder Ereignisse, die zu einer für das Unternehmen positiven oder negativen Prognose- bzw. Zielabweichung führen können.

Das Chancenmanagement von Ströer orientiert sich an den aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Erfolgsfaktoren. Jeder Erfolgsfaktor lässt sich einer der vier nachfolgend dargestellten Perspektiven zuordnen:



In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente zeichnen für das Chancenmanagement das operative Management in den Geschäftsbereichen sowie die Leiter der Holdingseinheiten 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.

Ausgehend von der Risikostrategie umfasst der Risikomanagementprozess die Risikoidentifikation, -bewertung, -steuerung und -überwachung. Zu den Kernrisiken zählen alle Risiken, die eine Bedrohung der Erfolgsfaktoren darstellen. Sie lassen sich anhand ihres Schadenserwartungswertes einzelnen Risikokategorien zuordnen, an die wiederum verschiedene strategische Vorgaben zur Risikosteuerung geknüpft sind. Für jeden Risikobereich gibt es jeweils einen Risikoverantwortlichen, der die Risikosituation seines Bereichs dezentral managt.

Das Group Risk Management 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 quartalsweise 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 potenziellen Planabweichungen im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Sofort-Berichterstattung verpflichtet.

Die Grundsätze unseres Risikomanagements sind in einem Konzernhandbuch zusammengefasst. Hier werden konzerneinheitliche Methoden des Risikomanagements, Verantwortlichkeiten für die Durchführung der Risikomanagementaktivitäten sowie Berichts- und Überwachungsstrukturen definiert.

Das Risikomanagement wird in regelmäßigen Abständen durch die interne Revision überprüft. 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:

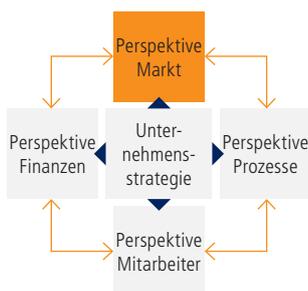
- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Konzernrechnungslegungsprozess,
- Kontrollen zur Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses und die daraus resultierenden Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss 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,
- festgelegte Kommunikationswege, um zeitnah und vollständig Kontrollveränderungen zu übermitteln,
- stichprobenhafte Überprüfung der Wirksamkeit des IKS durch die Interne Revision.

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.

Perspektive Markt

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



Im Beschaffungsbereich könnten sich signifikante Planabweichungen vor allem durch den Verlust von Werberechtskonzessionen in der Außenwerbung oder deren mangelnde Rentabilität ergeben. Von Nachteil wäre auch eine Verzögerung der Genehmigungsprozesse, ein Kostenanstieg zur Erlangung notwendiger Baugenehmigungen oder eine Ablehnung attraktiver Standorte durch die Genehmigungsbehörden. Wir wirken diesen Gefahren durch ein professionelles Management unseres internationalen Portfolios an Werberechtskonzessionen entgegen und reduzieren so die Wahrscheinlichkeit einer Materialisierung deutlich.

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 verstärkt auf eine produktübergreifende Standardisierung der Komponenten über intelligente Plattformkonzepte.

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich markante 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.

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.

Perspektive Prozesse

Im Innovationsprozess besteht das wesentliche Risiko, dass wir Kundenwünsche nicht hinreichend erkennen und es zu folgenschweren Fehlentscheidungen bezüglich künftiger Marktentwicklungen kommt. Daneben ist im Herstellungsprozess die Beachtung von Patenten oder gewerblichen Schutzrechten Dritter erfolgskritisch. Dieses Risiko wird dadurch begrenzt, dass die Entwicklungsteams in enger Abstimmung mit den vertriebsnahen Bereichen agieren und zahlreiche Entwicklungen, etwa hinsichtlich des Performance-Marketings, auf empirisch abgesicherten Markttrends beruhen.

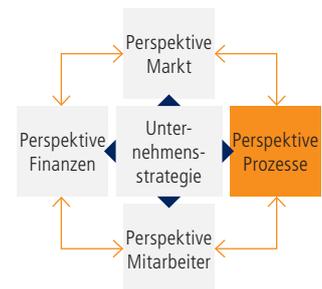
Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk nicht zuletzt auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger zusammenhängen. Gleiches gilt für nicht auszuschließende Störungen im Hinblick auf die ordnungsmäßige Arbeitsweise bei der Angebotserstellung, Auftragsabwicklung sowie des Reklamations- und Forderungsmanagements.

Vertriebsseitig ist nicht auszuschließen, dass die mit dem Aufbau der Handelsvertreterorganisation angestrebten signifikanten Umsatzsteigerungen im Regionalvertrieb nicht wie erwartet eintreten.

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Konzernkommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, unter dem IT-Dienstleistungen in Bezug auf Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit erbracht werden. Eine Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnte zu einem erheblichen Datenverlust und einer signifikanten Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen einem kontinuierlichen Nachbesserungs- und Vereinheitlichungsprozess, wodurch die Ertragslage des Konzerns bei einer unerwarteten Entwicklung bspw. durch die Nichtfortführung einzelner Projekte wesentlich beeinflusst werden kann. 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 sämtliche geforderten Compliance- und Governance-Standards sicher einzuhalten.

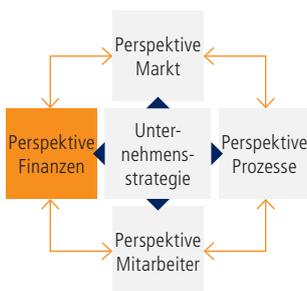
Unternehmenskäufe wie der Erwerb der Online-Werbevermarkter im Jahr 2013 beinhalten naturgemäß Risiken, z. B. aus den Post-Merger-Integrationen von Mitarbeitern und Geschäftsaktivitäten, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf sowie aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten. Wir reduzieren solche Risiken 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 Risiken 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 integren Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen eingehalten werden. Weitere Maßnahmen sind die Unterstützung durch Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälte. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen können.





→ Weitere Details zu den
Finanziellen Risiken finden Sie im
Konzernanhang auf Seite 140



Perspektive Mitarbeiter

Ein wesentliches 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 Stellvertretungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Unternehmen konnten wir außerdem durch den Ausbau des neuen Segments Online weiter stärken. Insbesondere ein möglicher Mangel an Fach- und Führungskräften im Segment Ströer Online könnte zum Verlust eines technologischen Vorsprungs führen und das weitere Wachstum behindern.

Perspektive Finanzen

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.

Ströer entstehen überdies währungsbedingte Risiken. So besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Die weiteren Währungsrisiken sind unbedeutend.

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

Bei Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen kann sich ein Beteiligungsrisiko ergeben, das sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken kann. 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.

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 durch die fortschreitende Digitalisierung der Medienangebote ausgelöst wurde, kann im Geschäftsjahr 2014 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts in Printmedien hin zu Online-Medien beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen, wie sie von der Ströer Gruppe angeboten werden, über die Planungen hinaus zulegen. 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 content-unabhängiger Werbevermarktung resultieren können.

Marktseitige Chancen ergeben sich überdies aus dem anhaltenden Konsolidierungsdruck im Online-Werbemarkt. Dank der glaubwürdigen Positionierung der Ströer Gruppe als unabhängiges Medienhaus können sich hieraus auch künftig konkrete Chancen auf anorganisches Wachstum ergeben. Durch die fortlaufende Erweiterung des Online-Inventars sowie der nochmaligen Verbesserung der Technologieposition können sich – ebenso wie aus dem forcierten internationalen Ausrollen des voll integrierten Geschäftsmodells – positive Größen- und Synergieeffekte ergeben, die in der Basisplanung noch nicht berücksichtigt sind.

Unternehmensstrategische Chancen erwachsen in erster Linie aus der konsequenten Umsetzung des voll integrierten Geschäftsmodells. In den drei Kern-Wachstumsfeldern können zusätzliche positive Effekte eintreten, auch und insbesondere im Zusammenhang mit der bereits eingeleiteten Intensivierung des Vertriebs und der generell gewachsenen Relevanz der Ströer Gruppe gegenüber Mediaagenturen. 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.

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 Außenwerbemärkte erlaubt. Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir auch im regionalen Geschäft.

Leistungswirtschaftliche Chancen basieren vor allem auf einer Verbesserung der vertrieblichen und operativen Exzellenz. Durch den Ausbau und die Schulung der Vertriebstteams mit Bezug auf das integrierte Angebot können die Erlöse je Vertriebsmitarbeiter unter Umständen noch stärker steigen als in der Basisplanung unterstellt. Zusätzliche Potenziale sind mit der Ausnutzung von Größenvorteilen und Synergien verbunden, die insbesondere aus der strategischen und operativen Verzahnung der im Jahr 2013 erworbenen Gesellschaften der Ströer Digital Group sowie dem internationalen Ausrollen des Geschäftsmodells erwachsen. Nennenswerte Effekte auf eine funktionsoptimierte Organisationsstruktur sollten sich auch aus den Post-Merger-Integrationen der zuletzt erworbenen Gesellschaften und der Übertragung wichtiger Kompetenzen aus der Außenwerbung sowie der konzernweiten Steuerung auf die Online-Plattformen ergeben.

PROGNOSEBERICHT¹⁾

Gesamtaussage des Vorstands zur zukünftigen Konzernentwicklung in 2014

Für den unaufhaltsamen Strukturwandel in der Werbeindustrie – ausgelöst durch die fortschreitende Digitalisierung der Medienangebote – ist die Ströer Gruppe sehr gut aufgestellt. Unser Portfolio von Out-of-Home- und Online-Medien bietet uns vielfältige Möglichkeiten für wertorientiertes Wachstum, die wir konsequent ergreifen. Wesentliche Wachstumstreiber sind Multi-Screen-Angebote, über die wir Kampagnen auf dem digitalen Out-of-Home-Channel sowie Online-Displays optimal aussteuern, genauso wie der Ausbau regionaler Online-Werbung und der Mobilvermarktung. Wir bauen das Out-of-Home- und Online-Inventar weiter aus und positionieren uns zugleich mit innovativen Performance-Technologien als ein führender content-unabhängiger Vermarkter von Werbeplätzen.

Auf Basis der strukturellen Marktveränderungen und der positiven Effekte aus strategischen Projekten wollen wir auch im Jahr 2014 organisch wachsen. Auf vergleichbarer Basis rechnen wir mit einem Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich und einer nahezu unveränderten Operational-EBITDA-Marge auf Konzernebene. In Verbindung mit nicht erheblich höheren Finanzierungsaufwendungen soll das Konzernergebnis nach Steuern weiter ansteigen. Zu der verbesserten Finanzlage werden nach unserer Erwartung auch die Online-Gesellschaften beitragen, die nur geringe laufende Investitionsbeiträge erfordern. Nachdem wir unser Verschuldungsziel im Berichtsjahr aufgrund der Neuakquisitionen noch nicht erreicht haben, wollen wir den Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Operational EBITDA) bis Ende 2014 wieder nahe an unsere Zielbandbreite von 2,0 bis 2,5 heranzuführen.

Nicht berücksichtigt dabei sind mögliche weitere Akquisitionen. Wir werden externe Wachstumsmöglichkeiten im Out-of-Home- wie im Online-Bereich mit Augenmaß prüfen und im Sinne unserer Aktionäre nutzen. Aus heutiger Sicht halten wir strategische Arrondierungen und weitere Konsolidierungsschritte vornehmlich in der Online-Vermarktung für wahrscheinlich. Weil einige der Online-Aktivitäten relativ einfach für ausländische Märkte zu adaptieren sind, halten wir es auch für möglich, Plattformen für diese Aktivitäten in anderen Auslandsmärkten zu akquirieren. Ein Verkauf von Geschäftsbereichen ist nicht konkret beabsichtigt, stellt für uns aber grundsätzlich eine strategische Option dar.

Zukunftsgerichtete Aussagen

Unsere Überlegungen zur künftigen Geschäftsentwicklung berücksichtigen die zum Zeitpunkt der Bilanzaufstellung bekannten wesentlichen Umstände, die unsere Aktivitäten im Jahr 2014 beeinflussen könnten. Ferner basieren sie auf Annahmen hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung in den relevanten Ländern und den relevanten Segmenten des Werbemarktes. Die tatsächliche Entwicklung kann von der prognostizierten Entwicklung wesentlich abweichen.

Die künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe hängt wesentlich von der Entwicklung der Werbeinvestitionen in Deutschland, der Türkei und Polen sowie dem auf die Out-of-Home- sowie auf die Online-Medien entfallenden Gesamtmarktanteil ab. Prognosen müssen daher die Abhängigkeit der Werbeinvestitionen von Konjunkturschwankungen und der Intensität der Konsumausgaben berücksichtigen. Darüber hinaus lässt sich eine Veränderung des Nettowerbemarktes nicht verlässlich aus der erwarteten volkswirtschaftlichen Entwicklung (BIP) ableiten, da die Korrelation zwischen beiden Parametern in einzelnen Jahren sehr unterschiedlich sein kann.

Das kurzfristige, nur auf wenige Wochen oder Monate in die Zukunft gerichtete Buchungsverhalten der Out-of-Home-Werbekunden schränkt zudem die Zuverlässigkeit unserer Aussagen zur langfristigen Entwicklung von Umsätzen und Ergebnissen deutlich ein. Gleiches gilt für die Online-Medien, die tendenziell mit noch kürzeren Fristen gebucht werden. Im Bereich der automatisierten Real-Time-Vermarktung von Online-Werbeplätzen ist eine Buchungsvorausschau noch weniger möglich.

¹⁾ Der Vergleich zum prognostizierten Wert des nächsten Jahres beruht grundsätzlich auf dem in 2013 erreichten Ist-Wert.

Ergänzend ist festzuhalten, dass die für den Ausblick auf den Konzernjahresüberschuss relevanten externen Marktparameter wie Zinskurven und Währungskursverläufe kaum prognostizierbar sind. Wir weisen darauf hin, dass sich Unsicherheiten bei der Prognose dieser Parameter auch auf zahlungsunwirksame Sachverhalte im Finanzergebnis auswirken können. So kann es bei zinsinduzierten Bewertungsänderungen von Derivaten zu einer Erhöhung oder Verminderung des Finanzergebnisses kommen. Im Rahmen dieser Prognose gehen wir von gegenüber dem Berichtsjahresende konstanten Parametern aus.

Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die konjunkturellen Aussichten für die Weltwirtschaft haben sich zum Jahresende 2013 deutlich verbessert. Der Internationale Währungsfonds rechnet in seinem World Economic Outlook für 2014 mit einem Anstieg des weltweiten Wirtschaftsvolumens (World Output) um 3,7 Prozent nach lediglich 3,0 Prozent im Jahr zuvor. Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung ist demnach das Erstarren der Auftriebskräfte in den Industriestaaten, angeführt von den USA, die von einem sich stabilisierenden Umfeld, einem rückläufigen Handelsdefizit und der Fortsetzung der expansiven Geldpolitik profitieren. Für den Euroraum wird eine Überwindung der Rezession vorausgesagt, die vorwiegend auf dem Exportgeschäft beruht. Die OECD verweist zugleich auf erste Erfolge bei den Reformbemühungen der Euroländer und erwartet für diese im Jahr 2014 insgesamt ein leichtes Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 1,0 Prozent.

Allerdings ist die Staatsschuldenkrise einzelner Länder noch nicht bewältigt. Die Konsolidierungsprogramme der Krisenländer belasten die Binnennachfrage noch deutlich. Gleichwohl erwarten wir ein weiteres Abklingen der noch vorherrschenden Unsicherheiten aufgrund der Staatsschuldenkrise im Euroraum.

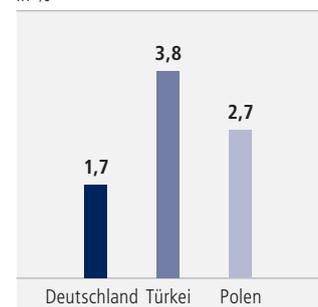
Hinsichtlich des Zins- und Kapitalmarktumfelds rechnen wir mit keiner durchgreifenden Änderung. Wenngleich die US-Notenbank Fed zum Ende des Berichtsjahres eine sukzessive Drosselung ihrer Anleihekäufe ankündigte, gehen wir im Jahresdurchschnitt von einem leicht rückläufigen Basiszinsniveau aus.

Die vergleichsweise robuste Fiskalsituation und die hohe Produktivität in **Deutschland** haben im Lauf des Berichtsjahres zu einer stabileren konjunkturellen Entwicklung als im Durchschnitt der anderen Länder der Eurozone beigetragen. Investitionen und privater Konsum werden von dem niedrigen Zinsniveau in der Eurozone befördert. Diese Grundkonstellation führt nach Erwartung vieler Ökonomen im kommenden Jahr zu einem Aufschwung vor allem der Binnenkonjunktur. Die Bundesregierung prognostizierte zum Ende des Berichtsjahres für das Jahr 2014 ein Wachstum in Deutschland von 1,7 Prozent und liegt damit etwa gleichauf mit Prognosen der OECD sowie von mehreren Wirtschaftsforschungsinstituten und dem Sachverständigenrat (+1,6 Prozent). Risiken der konjunkturellen Entwicklung werden in der allmählichen Rückführung der expansiven Geldpolitik der USA sowie in einem möglichen erneuten Aufflammen der Staatsschuldenkrise im Euroraum gesehen.

Trotz der Abschwächung der türkischen Wirtschaft im 2. Halbjahr 2013, die vorwiegend zins- und währungsinduziert war, rechnete die OECD zum Jahresende noch mit einer moderaten Wachstumserwartung von 3,8 Prozent für die kommenden Jahre. Dies wird durch die hohen Investitionen in die öffentliche Infrastruktur durch den türkischen Staat deutlich unterstützt. Obwohl wir die **Türkei** weiterhin als attraktiven Markt und Investitionsstandort sehen, beeinflussen zunehmend politische Unsicherheiten das makroökonomische Umfeld und tragen zur Volatilität der türkischen Währung bei. Eine weitere Belastung könnte von anhaltenden Kapitalabflüssen ausländischer Investoren ausgehen, was die Währung weiter unter Druck setzen könnte. Das Eintreffen der Wachstumsprognose ist nach unserer Einschätzung abhängig davon, ob es Politik und Zentralbank mithilfe geeigneter Gegenmaßnahmen gelingen wird, diesen Entwicklungen nachhaltig entgegenzuwirken.

Erwartetes Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts 2014

In %



Quelle: OECD

In **Polen** soll sich die wirtschaftliche Lage im Laufe des nächsten Jahres verbessern. Es wird erwartet, dass sich die positive Entwicklung des Außenhandels fortsetzt und sich die Binnennachfrage nach schwächeren Jahren wieder leicht erholt. Entsprechend positiv fallen die quantitativen Einschätzungen zum Wirtschaftswachstum aus. Die polnische Regierung erwartet übereinstimmend mit der OECD ein BIP-Wachstum von 2,7 Prozent.

Zukünftige Branchenentwicklung

Das sich aufhellende makroökonomische Umfeld in Westeuropa dürfte sich auch auf die traditionell zyklisch reagierende Werbekonjunktur positiv auswirken. ZenithOptimedia erwartet für die Länder Westeuropas eine durchschnittliche Wachstumsrate der Werbeausgaben von 1,9 Prozent, wobei die Entwicklung zweigeteilt ist. Während die Werbeausgaben in den von der Staatsschuldenkrise besonders betroffenen Ländern (Griechenland, Irland, Italien, Portugal und Spanien) im Jahr 2014 nur leicht mit 0,9 Prozent sinken sollen, wird für die restlichen Länder Westeuropas inklusive einiger Länder Zentraleuropas ein Wachstum von 2,4 Prozent prognostiziert. MagnaGlobal rechnet mit einem Wachstum von 2,1 Prozent für Westeuropa. Grundsätzlich wird erwartet, dass die Printmedien weiterhin Marktanteile an die wachstumsstarke Internetwerbung abgeben. Die zunehmende Verfügbarkeit von mobilen Internet-Infrastrukturen beschleunigt diese Entwicklung.

Entwicklung des deutschen Werbemarktes

Zum Ende des Berichtsjahres waren die Aussichten für die Werbekonjunktur im Jahr 2014 positiv. In der Herbstumfrage des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) gaben 32 Prozent der ZAW-Mitgliedsverbände an, mit steigenden Werbeumsätzen zu rechnen; 47 Prozent gingen von stabilen, 15 Prozent von leicht sinkenden und nur 3 Prozent von sinkenden Werbeumsätzen aus. Dieses Stimmungsbild wird auch von der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) gestützt. Demnach wollen 51 Prozent der Mitgliedsunternehmen ihre Werbebudgets im Jahr 2014 erhöhen, während ein Drittel plant, die Budgets konstant zu lassen. Die Mediaagenturen ZenithOptimedia und Magna Global gehen in ihren Prognosen zum Jahresende – gemessen an den Nettowerbeerlösen – von 1,5 Prozent (Zenith) bzw. 1,8 Prozent (Magna) Wachstum des Gesamtwerbemarktes aus. In ihrer Studie „German Entertainment and Media Outlook“ prognostiziert die Prüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PWC) ein noch stabileres Wachstum der Werbeumsätze von 2,0 Prozent im Jahr 2014.

Die Werbeumsätze in der deutschen Out-of-Home-Branche werden für das Jahr 2014 von ZenithOptimedia und PWC stabiler erwartet als der Gesamtwerbemarkt. Out-of-Home soll nach Einschätzung von ZenithOptimedia mit einer Rate von 6,1 Prozent wachsen. PWC erwartet hingegen ein moderateres Wachstum der Out-of-Home-Branche von 2,7 Prozent. Wir selbst gehen von einer weiteren Steigerung des Out-of-Home-Marktanteils an den Gesamtwerbeerlösen aus, zu dem die strukturellen Vorteile der Out-of-Home-Medien, die zunehmende Digitalisierung sowie verstärkte Vertriebsaktivitäten der Branche beitragen dürften. Angesichts weiterhin sehr kurzer Vorausbuchungsfristen und starken Rabattdrucks rechnen wir allerdings mit einer etwas verhalteneren Entwicklung als von ZenithOptimedia in Aussicht gestellt und erwarten ein Wachstum des Gesamtwerbemarktes von max. 1,0 Prozent sowie im Out-of-Home-Bereich ein Wachstum im unteren einstelligen Bereich.

Dem Segment der Online-Werbung wird nach wie vor die höchste Wachstumsdynamik unter den Medien beigemessen. Die Werbungtreibenden folgen insbesondere der zunehmend digitalen Entwicklung. Technologische Entwicklungen, insbesondere Targeting-Lösungen auf Basis von Nutzerdatenauswertungen, ermöglichen eine immer präzisere Zielgruppenansprache und erhöhen die Werbeeffizienz. ZenithOptimedia erwartet für das Jahr 2014 eine Steigerung des Online-Werbemarktes von 8,5 Prozent und liegt damit nahezu gleichauf mit der PWC-Prognose von 8,4 Prozent. Annähernd die Hälfte des Online-Werbemarktes entfällt dabei auf die von Google dominierte Suchwortvermarktung. Für die Display-Werbung (inklusive Soziale Netzwerke) stellt PWC eine Zuwachsrate von 6,9 Prozent in Aussicht. Die Bereiche Videowerbung im Internet sowie Mobile-Werbung auf Smartphones und Tablets sollen mit zirka 27 bis 33 Prozent deutlich stärker wachsen, allerdings auf vergleichsweise geringem Anfangsniveau.

Entwicklung des türkischen Werbemarktes

Der türkische Werbemarkt sollte sich mit der Unterstützung eines stabilisierten konjunkturellen Umfelds im Jahr 2014 positiv entwickeln können. Trotz gewachsener politischer Risiken stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Türkei nach unserer Einschätzung ein nachhaltig positives Umfeld für die Entwicklung des Werbemarktes dar. Bei den Pro-Kopf-Werbeausgaben besteht gegenüber anderen europäischen Vergleichsmärkten erhebliches Aufholpotenzial. Aus diesem Grund prognostizieren Marktspezialisten ein Wachstum des türkischen Medienmarktes, das häufig mit dem Faktor zwei bis drei über dem BIP-Wachstum liegt. Der „PWC Global Entertainment and Media Outlook 2013–2017“ rechnet für die kommenden Jahre dann auch mit jährlichen Wachstumsraten von durchschnittlich über 10 Prozent. Auch Magna Global prognostiziert ein zweistelliges Wachstum des türkischen Werbemarktes im Jahr 2014. Etwas konservativer (8,8 Prozent) schätzt ZenithOptimedia den Anstieg der Werbeausgaben ein. Nahezu die Hälfte des Wachstums schreibt ZenithOptimedia allein der mit einer Rate von über 20 Prozent wachsenden Online-Werbung zu. Aufgrund der jüngst gestiegenen Unsicherheiten im wirtschaftlichen Umfeld ist nach unserer Einschätzung nicht auszuschließen, dass sich die Werbemärkte diesem Trend nicht entziehen können und sich unterhalb der vorgenannten Prognosewerte entwickeln werden. Für die Out-of-Home-Medien erwarten wir angesichts der sukzessiven Qualitätsverbesserungen und des Aufbaus von Premium-Standorten in lokaler Währung eine Marktentwicklung etwa auf dem Niveau des Gesamtwerbemarktes.

Entwicklung des polnischen Werbemarktes

Das geringe konjunkturelle Wachstum und der aus dem TV-Umfeld überspringende hohe Rabattdruck lasteten im Berichtsjahr schwer auf der polnischen Werbewirtschaft. Das sich im 2. Halbjahr aufhellende Konsumklima sollte jedoch ein positives Signal für die Binnennachfrage im Jahr 2014 und den Werbemarkt aussenden. ZenithOptimedia erwartet für den polnischen Werbemarkt ein leichtes Plus von 1,4 Prozent. Vor dem Hintergrund des verbesserten Wirtschaftsumfelds rechnet PWC mit einem leichten Wachstum der Werbewirtschaft von 2,4 Prozent im Jahr 2014. Abweichend davon gehen wir von einer stagnierenden Entwicklung im Gesamtwerbemarkt und einem strukturell nicht wesentlich verbesserten Marktumfeld im Bereich der Out-of-Home-Werbung aus. Das Out-of-Home-Marktvolumen sollte sich leicht unterhalb des Vorjahresniveaus stabilisieren. Die Online-Werbung in Polen soll hingegen nach Einschätzung von ZenithOptimedia trotz des herausfordernden Marktumfelds zweistellig wachsen.

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Ströer Gruppe

Für die Ströer Gruppe insgesamt gehen wir im Einklang mit den oben ausgeführten makroökonomischen Prognosen von einem im Vergleich zum Vorjahr grundsätzlich freundlicheren Geschäftsklima in unseren Märkten aus. Die fundamentalen Rahmenbedingungen für die Werbekonjunktur wie für das Out-of-Home-Geschäft sind intakt. Durch die Akquisition der Online-Medien ist unsere Relevanz bei Werbekunden und Agenturen zusätzlich erstarkt. Innovative Produkte, auch in Kombination von Out-of-Home- und Online-Medien, sowie Strukturveränderungen in der regionalen Vermarktung eröffnen uns neue Umsatzpotenziale.

Insgesamt halten wir für das Jahr 2014 – gestützt von einem überdurchschnittlichen Umsatzwachstum der Online-Aktivitäten – ein organisches Konzernumsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich für erzielbar. Ein darüber hinausgehender anorganischer Umsatzzuwachs im zweistelligen Millionenbereich ist aus den Ganzjahreseffekten der im Berichtsjahr getätigten Akquisitionen sowie aus der Übernahme der Game Ad Net GmbH (GAN) nach dem Abschlussstichtag zu erwarten. Herausfordernd bleibt dagegen der hohe Rabattdruck, der sich angesichts weiterer Konsolidierungstendenzen auf der Nachfrageseite möglicherweise eher verfestigen wird. Auch Wechselkurseffekte könnten sich negativ auf die Umsatzentwicklung auswirken.

Die digitalen Medien in unserem Werbeträgerportfolio werden sich nach unserer Einschätzung anhaltend starker Nachfrage erfreuen. Aufgrund von Neuinstallationen unserer digitalen Out-of-Home-Medien sowie deren stärkere Verzahnung mit der Online-Vermarktung gehen wir von einem weiter ansteigenden Anteil des Digitalumsatzes am Gesamtkonzernumsatz aus.

Bei den direkten Werbeträgerkosten erwarten wir im Jahr 2014 einen leichten unterproportionalen Anstieg in Höhe zum Umsatzwachstum. Die im Wesentlichen umsatzinduzierten Erhöhungen bei den Pacht- und Bewirtschaftungskosten gehen dabei mit marktpreisbedingt höheren Energiekosten und Inflationsanpassungen auf festen Mietverpflichtungen in der Türkei einher. Bei den Overhead-Kosten rechnen wir mit einem in etwa proportionalen Anstieg aufgrund von Skaleneffekten und eines strikten Kostenmanagements.

Konstante Wechselkurse vorausgesetzt, sollte das Operational EBITDA der Gruppe im Jahr 2014 moderat ansteigen. Unterproportional zum Umsatz steigende Overhead-Kosten sollten den Effekt einer im Vergleich zum Außenwerbebusiness tendenziell niedrigeren EBITDA-Marge bei den neu hinzuerworbenen Online-Aktivitäten überkompensieren, sodass wir eine gegenüber dem Berichtsjahr insgesamt leicht verbesserte EBITDA-Marge erwarten.

Die erwartete Erhöhung der Profitabilität der Ströer Gruppe – auch unter Berücksichtigung höherer Personalkosten für den Ausbau des Online-Segments und des Vertriebs – sollte im Jahr 2014 zu einer weiteren Erhöhung des Konzernergebnisses nach Steuern und damit auch des Ergebnisses je Aktie führen. Dabei gehen wir von einem nur moderaten Anstieg der Finanzierungsaufwendungen aus, da die Inanspruchnahme von freien Linien im Jahresdurchschnitt durch ein geringeres Basiszinsniveau teilweise kompensiert werden dürfte.

Hinsichtlich des Steueraufwands rechnen wir aus konsolidierter Sicht mit leicht höheren Abgaben aufgrund des erwarteten Anstiegs des zu versteuernden Ergebnisses in allen Segmenten. In Deutschland wurden im Frühjahr des Jahres 2013 gewerbsteuerliche Verlustvorträge aus Vorjahren aufgebraucht, sodass es zu einer im Vergleich zu den Vorjahren etwas höheren gewerbsteuerlichen Besteuerungsgrundlage kommt.

Segment Deutschland

Für das Geschäft in Deutschland erwarten wir unterschiedliche Wachstumsimpulse. Der steigende Anteil der digitalen Werbeträger in unserem Out-of-Home-Portfolio – durch Neuinstallationen und Ganzjahreseffekte aus dem im Berichtsjahr vorgenommenen Portfolioausbau – sollte zum Umsatzwachstum beitragen und den Anteil der digitalen Medien am Gesamtumsatz in Deutschland auf einen deutlich zweistelligen Prozentwert anheben. Insbesondere die im Berichtsjahr initiierte kombinierte Vermarktung von Bewegtbild-Werbung im Online-Bereich und auf digitalen Werbeträgern unter der Marke „Ströer Primetime“ soll zum Wachstum beitragen. Im regionalen Out-of-Home-Geschäft rechnen wir mit Wachstumserfolgen aufgrund der seit einigen Monaten ausgebauten Vertriebsstrukturen. Mit den neuen Strukturen im regionalen Vertrieb werden wir vor allem den Markt der mittelständischen Kunden noch konsequenter bearbeiten. Die regionalen Werbemärkte bieten aus unserer Sicht noch erhebliche Wachstumspotenziale, zumal die lokalen Printmedien, die von kleinen und mittelgroßen Werbungtreibenden bisher vorzugsweise genutzt werden, an Reichweite und damit an Werbeeffizienz verlieren.

Im Hinblick auf das Werbeumfeld in Deutschland gehen wir davon aus, dass wir mit den oben beschriebenen eigenen Wachstumsimpulsen eine organische Wachstumsrate nicht über dem Wert aus dem Vorjahr 2013 erzielen können, wobei die digitalen Medien mit höheren Raten wachsen dürften als das klassische Out-of-Home-Geschäft.

Wir erwarten jedoch durch umsatzbedingt höhere Pachtabgaben und steigenden Energieverbrauch durch neu installierte digitale Werbeträger bei gleichzeitig erhöhten Energiekosten keine wesentliche Verbesserung der Rohmarge. Der unterproportional erwartete Anstieg der Overhead-Kosten sollte jedoch zu einer weiteren leichten Verbesserung der Operational-EBITDA-Marge in Deutschland führen.

Segment Türkei

Durch neue Produkt- und Vertriebskonzepte, unter anderem im Regionalgeschäft, im Riesenposter-geschäft und bei den Hinweismedien, wollen wir aufbauend auf unserer bereits marktführenden Position die Auslastung unserer Werbeträger weiter steigern. Makroökonomische Unsicherheiten ergaben sich in der Türkei im Berichtsjahr durch gesellschaftspolitische Auseinandersetzungen und deren Folgewirkungen. Obgleich diese im Berichtsjahr keine erheblichen Auswirkungen auf unser Geschäft hatten, gehen wir aus Vorsichtsgründen für 2014 lediglich von einer organischen Umsatz-wachstumsrate im mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Eine mögliche Fortsetzung der negati-ven Wechselkurseffekte ist hierin unberücksichtigt. Der Anteil des Umsatzes digitaler Out-of-Home-Werbeträger am Gesamtumsatz unserer türkischen Gesellschaften ist noch zu vernachlässigen.

Der höhere Umsatz sollte angesichts des vergleichsweise höheren Anteils von Festmietvereinba-rungen und moderaten Inflationsanpassungen zu tendenziell verbesserten Margenwerten führen. Ferner rechnen wir proportional zum Umsatz mit einem Anstieg der Overhead-Kosten durch infla-tionsbedingte Gehaltsanpassungen und durch den Aufbau einer regionalen Vertriebsorganisation nach ähnlichem Muster wie in Deutschland. In der Gesamtschau erwarten wir daher für das Jahr 2014 eine leicht steigende Operational-EBITDA-Marge.

Segment Sonstige

Die Prognose für unsere polnische Tochtergesellschaft ist durch die volatilen Rahmenbedingungen im polnischen Medienmarkt erschwert, wobei wir zum Jahresende leichte Stabilisierungstendenzen erkennen konnten. Wir sehen uns einem unvermindert starken Anbieterwettbewerb in der Außen-werbung sowie einer Neuordnung regulatorischer Rahmenbedingungen für einige Werbeträger-standorte im polnischen Markt gegenüber. Zu einer Stabilisierung der Umsätze dürften im Jahres-verlauf jedoch die im Berichtsjahr gestärkte regionale Vermarktung sowie die Einführung einer professionellen Leistungsmessung der Werbewirkung nach westeuropäischen Standards beitragen. Insgesamt erwarten wir Umsätze auf oder leicht über Vorjahresniveau.

Für den Geschäftsbereich der Riesenposter (BlowUP) rechnen wir im Jahr 2014 mit robusten Um-satzsteigerungen aufgrund stabilisierter Konjunkturaussichten in den bearbeiteten Ländern. Pro-duktseitig sollen erneut vor allem großformatige Digital-Boards, die von den Kunden zunehmend nachgefragt werden, in Großbritannien und den Beneluxländern zum Umsatzwachstum beitragen. Der digitale Umsatz im Segment Sonstige dürfte vor allem hierdurch einen höheren einstelligen Prozentsatz vom Gesamtsegmentumsatz erreichen.

Hinsichtlich des Operational EBITDA sowie der Operational-EBITDA-Marge des Segments Sonstige erwarten wir insgesamt eine deutlich positive Entwicklung. Ausschlaggebend dürften die erheb-lichen Kosteneinsparungen im polnischen Geschäft sein, die sich teilweise bereits im Berichtsjahr im Segment niedergeschlagen haben, sowie ein leicht verbessertes Ergebnis in der BlowUP-Gruppe.

Segment Online

Die Umsatzentwicklung im Segment Online wird im Jahr 2014 stark von den Ganzjahreseffekten der Erstkonsolidierung der im Berichtsjahr erworbenen Online-Beteiligungen geprägt sein; aufgrund dessen sollte der Segmentumsatz im Jahr 2014 auf einen dreistelligen Millionenbetrag anwachsen. In Deutschland halten wir ein niedriges zweistelliges organisches Umsatzwachstum für realistisch, das wesentlich durch die dynamische Marktentwicklung im Online-Werbemarkt, aber auch durch Umsatzsynergien unter den erworbenen Online-Gesellschaften getrieben ist. Eine besondere Be-deutung sollte hierbei der stärkeren Einbindung der MBR-Targeting-Technologie in unsere Online-Produkte sowie der verstärkten Vermarktung des stark nachgefragten Video- und Mobile-Inventars zukommen.

Für das türkische Online-Geschäft, das mit dem polnischen Online-Geschäft in der im Berichtsjahr erworbenen Ballroom International Group zusammengefasst ist, gehen wir von erheblich höheren Steigerungsraten aufgrund des vergleichsweise weniger ausgereiften Online-Werbemarktes und zu erwartender Marktanteilsgewinne aus. Den polnischen Online-Werbemarkt schätzen wir trotz

starker Online-Affinität aufgrund der Verfassung des Gesamtwerbemarktes sehr viel konservativer ein und rechnen hier lediglich mit einem leichten Wachstum.

Vor dem Hintergrund der durch die Neuerwerbe erstarkten Marktposition bei Agenturen wie Publishern gehen wir davon aus, dass mit den Umsatzzuwächsen eine positive Margenentwicklung einhergeht. Die Kostensituation im Segment Online wird durch den Aufbau neuer Segmentstrukturen zunächst belastet. Wir rechnen gleichwohl mit einer leichten Steigerung des Operational EBITDA und der Operational-EBITDA-Marge.

Geplante Investitionen

Im Prognosezeitraum haben wir im geschäftsüblichen Umfang vorrangig Investitionen in unser Out-of-Home-Werbeträgerportfolio vorgesehen, um bestehende Werbeträgernetze zu modernisieren oder neue Infrastrukturen im Zusammenhang mit verlängerten oder neu akquirierten Vertragsrechten zu schaffen. Weiterhin werden wir den Ausbau unseres Netzes digitaler Out-of-Home-Medien vorantreiben. Unser Fokus liegt dabei im Jahr 2014 erneut in der Erweiterung unserer OC-Mall und OC-Station-Produkte durch die Ausrüstung weiterer Einkaufszentren und Bahnhöfe mit digitalen Bildschirmen sowie punktuelle Erweiterungen im Infoscreen-Netz. Des Weiteren planen wir die Fortsetzung der Harmonisierung unserer konzernweiten IT-Landschaft. Die geplante Investitionstätigkeit in der Türkei ist einerseits auf die Beschaffung von Stadtmöblierung gegebenenfalls in Verbindung mit der Akquisition neuer Vertragsrechte und andererseits auf die Konvertierung bestehender Werbeträgerstandorte in Premium-Produkte gerichtet. In Polen planen wir Investitionen auf geringem Niveau vorrangig zum Ausbau von hinterleuchteten Standorten. Die BlowUP-Gruppe wird das Digitalgeschäft weiter ausbauen und plant hierfür Investitionen in großformatige Digital-Screens an hoch frequentierten Solitärstandorten vorrangig in Großbritannien und in den Beneluxländern. Im Segment Online beschränken sich die Investitionen im Wesentlichen auf Neuentwicklungen zur laufenden Optimierung der automatisierten Trading-Plattform der adscale GmbH.

Für das Geschäftsjahr 2014 erwarten wir für die Ströer Gruppe – ohne Berücksichtigung neuer Unternehmenserwerbe – 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.

Erwartete Finanzlage

Die erwartete höhere Profitabilität sollte sich nach unserer Einschätzung trotz eines wachstumsbedingten Anstiegs des Working Capital in einer leichten Erhöhung des Cash-Flows aus operativer Geschäftstätigkeit niederschlagen. Hierzu sollen alle Segmente beitragen.

Die syndizierte Kreditfinanzierung des Ströer Konzerns ist bis Mitte 2017 gesichert. Die Kreditbedingungen sind so ausgestaltet, dass auch unter Berücksichtigung von konjunkturellen und saisonalen Schwankungen ein ausreichender finanzieller Spielraum (Headroom) verbleibt. Es ist unser Ziel, den infolge der im Berichtsjahr erfolgten Online-Akquisitionen erhöhten Verschuldungskoeffizienten (Leverage Ratio) ohne weitere Akquisitionen kurz- bis mittelfristig wieder auf Werte zwischen 2,0 und 2,5 zurückzuführen. Wir halten es angesichts der prognostizierten Cash-Flow-Entwicklung für möglich, bis zum Ende des Jahres 2014 bereits wieder in die Nähe dieser Bandbreite zu gelangen.

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

TUBE ONE Networks GmbH

Der Ströer Konzern hat mit voraussichtlich wirtschaftlicher Wirkung zum April 2014 über seine Konzerngesellschaft PRIMETIME Networks GmbH insgesamt 51,0 Prozent der Anteile an der TUBE ONE Networks GmbH, Kassel, erworben. Die TUBE ONE Networks GmbH ist ein breit aufgestelltes Online-Videonetzwerk mit den Bereichen Entertainment, Gaming, Beauty und Sport. Mit diesem Erwerb baut der Ströer Konzern sein Inventar im Bereich Online-Video weiter aus. Der Kaufpreis für die erworbenen Anteile beträgt eine halbe Million Euro.

GAN Game Ad Net GmbH

Der Ströer Konzern hat im Januar 2014 über seine Konzerngesellschaft Ströer Digital Media GmbH einen Anteil von 70 Prozent an der GAN-Unternehmensgruppe übernommen und damit sein Online-Portfolio weiter ausgebaut. Zur GAN Gruppe zählen neben dem Gaming-Spezial-Vermarkter GAN Game Ad Net auch der Games-Marketing-Spezialist NEODAU und der Technologie-Anbieter GAN Technologies.

Niederlegung Vorstandsamt Alfried Bührdel

Alfried Bührdel (Finanzvorstand und stellvertretender Unternehmensvorsitzender) hat mit Wirkung zum 21. Februar 2014 in Abstimmung mit der Gesellschaft sein Vorstandsamt niedergelegt.

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

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das Grundkapital der Ströer AG 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 AG regelt in § 8 die Zusammensetzung des Vorstands. Über Satzungsänderungen beschließt gemäß § 119 Abs. 1 Nr. 5 AktG die Hauptversammlung. Die näheren Verfahrensregelungen sind in § 181 AktG in Verbindung mit § 12 der Satzung der Ströer AG enthalten.

Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

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

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

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

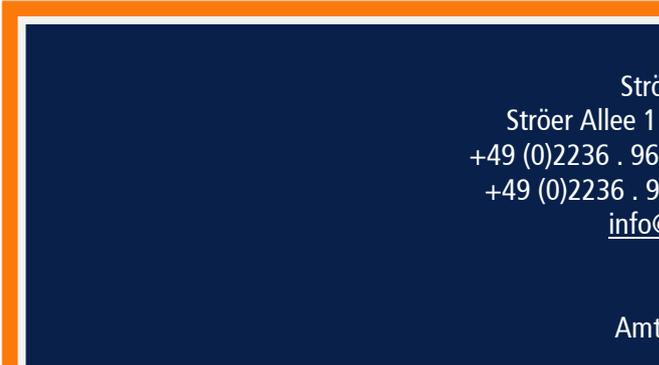
Facility Agreement

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

Die Bedingungen im Hinblick auf einen Kontrollwechsel entsprechen den marktüblichen Vereinbarungen. Sie führen nicht zur automatischen Beendigung, sondern räumen unseren Vertragspartnern für den Fall eines Kontrollwechsels lediglich die Möglichkeit ein, diese Bedingungen zu kündigen.

Put-Option

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



Ströer Media AG
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
+49 (0)2236 . 96 45-0 Telefon
+49 (0)2236 . 96 45-299 Fax
info@stroer.com

Amtsgericht Köln
HRB 41 548
USt.-Id.-Nr.: DE811763883

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 Aussenwerbung 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 TEUR	2013 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-Finanz 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 Werbungtreibenden 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.

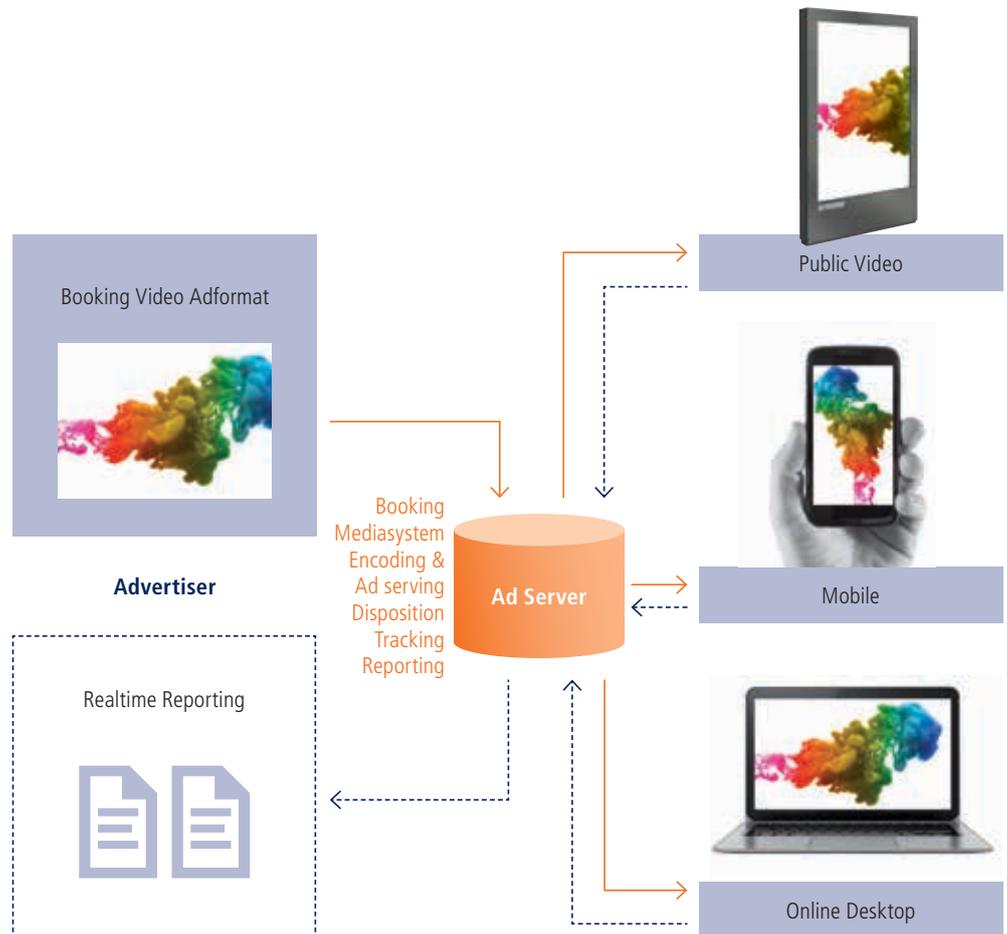
Durch die verbesserten Targeting-Mechanismen unterstützt unsere SSP (Supply-Side-Plattform) adscale Kunden bei der Optimierung ihrer Werbekampagnen. Die neuen Targeting-Algorithmen ermöglichen es unter anderem, potenzielle Neukunden im Internet zu identifizieren (Neukunden-Prediction) und anschließend 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. Zusammengenommen 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.

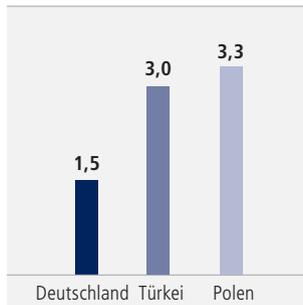
Gemäß den Angaben des Statistischen Bundesamts konnte sich die deutsche Wirtschaft in einem schwierigen weltwirtschaftlichen Umfeld behaupten und vor allem von einer starken Binnennachfrage profitieren. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt um +1,1 Prozent, die der öffentlichen Hand um +1,0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

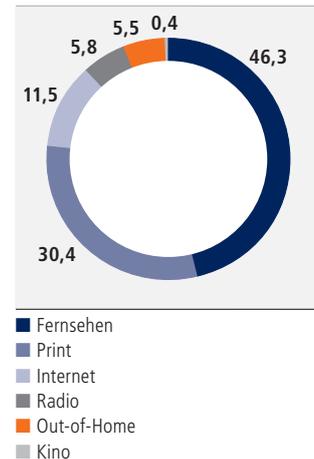
³⁾ Enthält die übrigen Länder Westeuropas sowie ausgewählte zentraleuropäische Länder mit moderatem Wachstumsprofil und starken wirtschaftlichen Verbindungen nach Westeuropa wie Tschechien, Ungarn und Polen

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

⁵⁾ Quelle: ZenithOptimedia Advertising Expenditure Forecast, Dezember 2014

Marktanteile der Medien in Deutschland (2014)

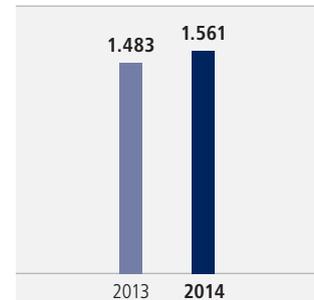
In %



Quelle: Nielsen Media Research

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home*

In Mio. EUR

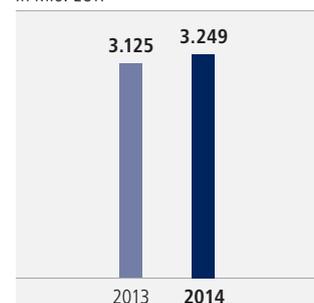


*Out-of-Home = Plakat + Transport + At-Retail-Media

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

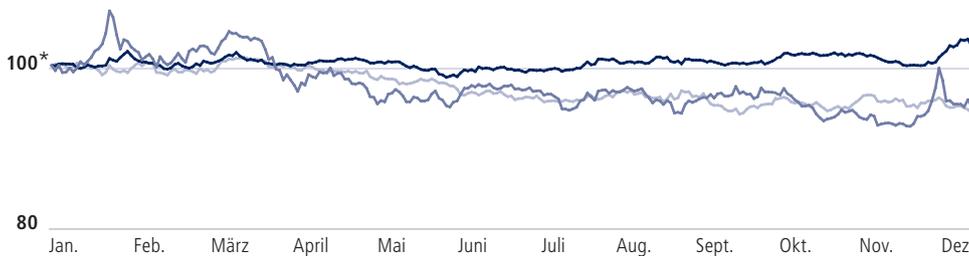
Für unsere Geschäfte waren im Jahr 2014 primär die Wechselkursentwicklungen des Euro zur Türkischen Lira, zum Polnischen Zloty und zum Britischen Pfund relevant. Zunächst setzte die Türkische Lira ihre Talfahrt zu Beginn des Jahres fort, die sie bereits in der zweiten Jahreshälfte 2013 aufgrund politischer 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 gesteigerte 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 Pachtaufwendungen. 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 Teilssegment **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 Teilssegment 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 Teilssegment **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 Teilssegment 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 Gewerbesteuerzuschlägen 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-Werbevermarktung 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 Analystenteams 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

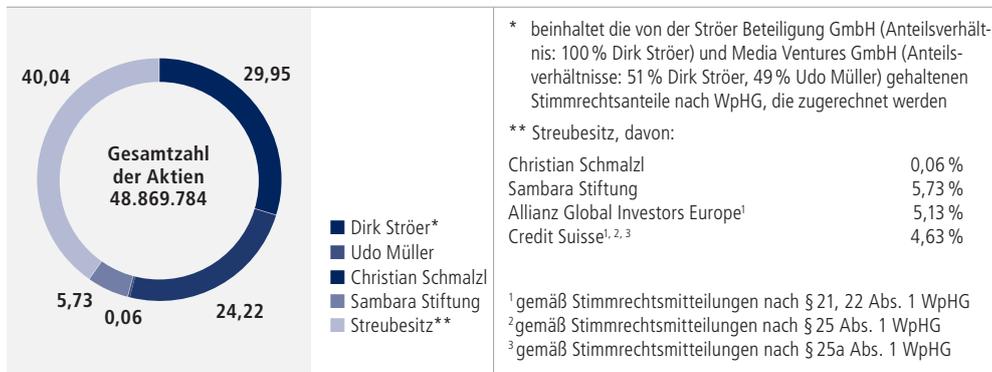
Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 24,22 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats hält 29,95 Prozent und Christian Schmalzl hält rund 0,06 Prozent der Aktien an der Ströer Media SE. Der Streubesitz beträgt rund 40 Prozent.

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.

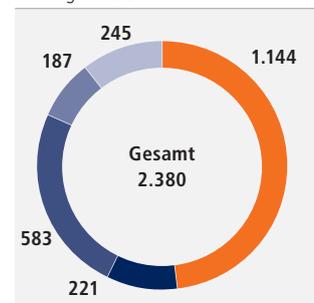
Ausbildung

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

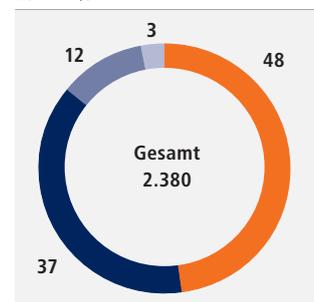


- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Ströer Digital
- Sonstige¹⁾
- Holding

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Altersverteilung Ströer Konzern

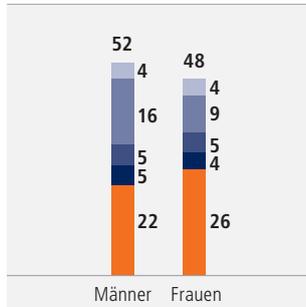
2014 in %



- < 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 Verschlankung 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.

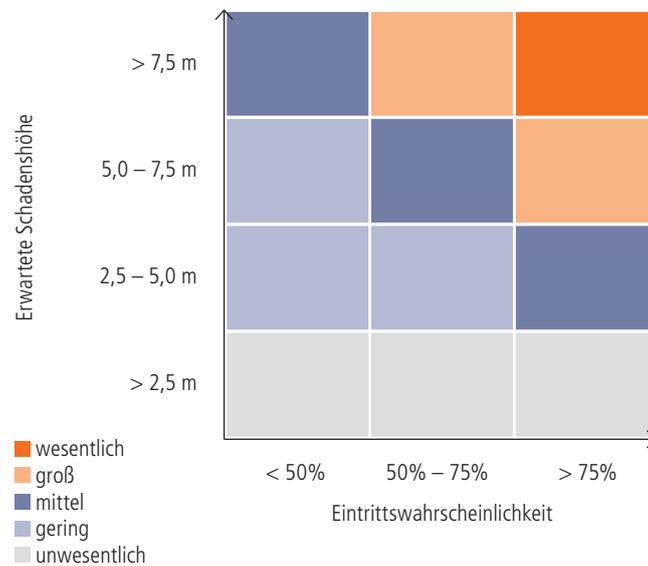
Chancen- und Risikomanagementsystem

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 Bilanz aufstellung 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.

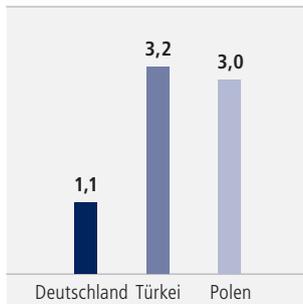
Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

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 Ausfuhren.

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 KONZERNES 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

	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	55.282.499,00	48.869.784,00
- Bedingtes Kapital: EUR 16.174.145,00 (Vorjahr: EUR 14.952.400,00)		
Kapitalrücklage	631.637.512,64	341.650.227,64
Gewinnrücklagen		
Andere Gewinnrücklagen	96.597.268,72	90.190.456,72
Bilanzgewinn	67.139.755,97	45.954.725,60
	850.657.036,33	526.665.193,96
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	20.083,00	20.323,00
Steuerrückstellungen	11.214.922,34	7.567.734,00
Sonstige Rückstellungen	9.309.805,07	7.160.515,10
	20.544.810,41	14.748.572,10
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	64.485.285,35	49.167.091,73
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 4.485.285,35 (Vorjahr: EUR 167.091,73)		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.077.718,26	3.977.727,85
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 7.077.718,26 (Vorjahr: EUR 3.977.727,85)		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	90.362.157,89	48.410.805,63
- 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	5.500.000,00	3.990.000,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 5.500.000,00 (Vorjahr: EUR 3.990.000,00)		
Sonstige Verbindlichkeiten	1.307.038,16	1.425.693,02
- 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)		
	168.732.199,66	106.971.318,23
PASSIVE LATENTE STEUERN	9.170.791,68	14.685.614,90
	1.049.104.838,08	663.070.699,19

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 im Anlagenspiegel dargestellt.

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN			NETTOBUCHWERTE		
	1.1.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	31.12.2015 EUR	1.1.2015 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten											
Geleistete Anzahlungen	9.464.659,75	2.438.157,47	1.948.812,19	469.690,77	10.423.695,80	6.123.631,03	1.792.563,46	1.948.812,19	5.967.382,30	4.456.313,50	3.341.028,72
	12.868.905,50	2.514.950,90	0,00	-469.690,77	14.914.165,63	5.292.000,00	4.800.175,88	0,00	10.092.175,88	4.821.989,75	7.576.905,50
	22.333.565,25	4.953.108,37	1.948.812,19	0,00	25.337.861,43	11.415.631,03	6.592.739,34	1.948.812,19	16.059.558,18	9.278.303,25	10.917.934,22
SACHANLAGEN											
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung											
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	8.564.471,39	2.279.321,10	642.749,76	0,00	10.201.042,73	5.696.263,31	1.270.603,96	622.944,02	6.343.923,25	3.857.119,48	2.868.208,08
	81.390,02	29.840,53	0,00	0,00	111.230,55	0,00	0,00	0,00	0,00	111.230,55	81.390,02
	8.645.861,41	2.309.161,63	642.749,76	0,00	10.312.273,28	5.696.263,31	1.270.603,96	622.944,02	6.343.923,25	3.968.350,03	2.949.598,10
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	0,00	0,00	811.358.467,56	523.926.134,56
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	0,00	0,00	74.486.230,59	45.868.942,92
Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	360.000,00	0,00	0,00	360.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	360.000,00	0,00
Sonstige Ausleihungen	26.929,74	0,00	26.929,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	26.929,74
	569.822.007,22	361.988.620,67	45.605.929,74	0,00	886.204.698,15	0,00	0,00	0,00	0,00	886.204.698,15	569.822.007,22
	600.801.433,88	369.250.890,67	48.197.491,69	0,00	921.854.832,86	17.111.894,34	7.863.343,30	2.571.756,21	22.403.481,43	899.451.351,43	583.689.539,54

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 (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 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 Rechtsgesellschaft 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.stroer.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: Ausübungszeitraum: 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: Ausübungszeitraum: 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 zuhaus.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.

Außenwerbe-geschäft

Basis des Außenwerbe-geschäfts 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 Außenwerbe-geschäft, 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 vermarktbar- en 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 vermarktbar- en Werbeflächen in mehr als 600 Städten erzielen wir mit Abstand den höchsten Nettoumsatz im größten Außenwerbe-markt 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 vermarktbar- en 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 vermarktbar- en 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 Außenwerbe-geschäft 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 quotal 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 quotal 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 Weltpartag, 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 quotale 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 quotal 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 quotal 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.

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

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

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 passivische 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 Anteilserwerben 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

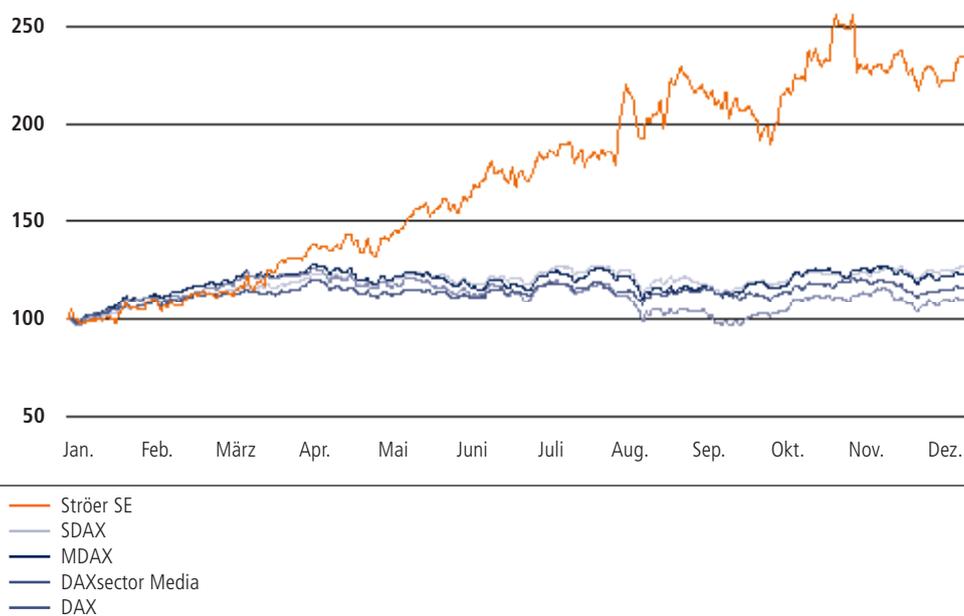
Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer SE hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns dargestellten Entwicklung der Ertragslage für das Jahr 2016 davon aus, dass die Tochtergesellschaften 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

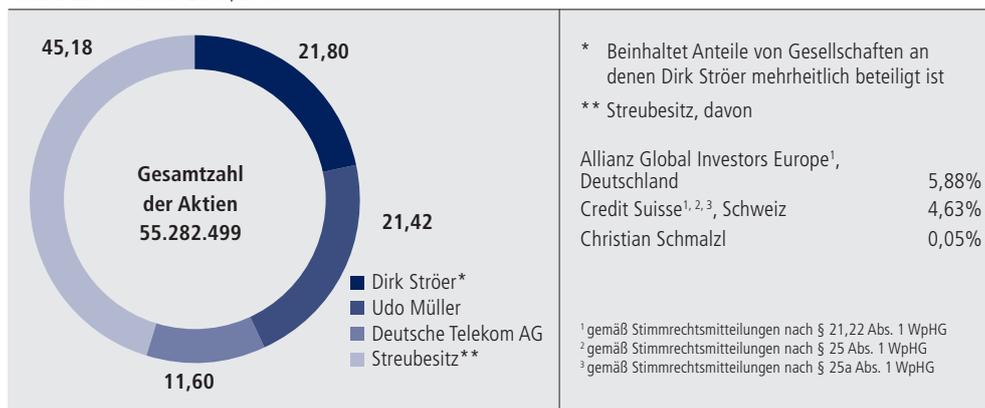
Die Gesamtzahl der Aktien ist im Berichtsjahr von 48.869.784 auf 55.282.499 Aktien angestiegen. Hintergrund dieser Erhöhung war die Einbringung der Anteile an der Digital Media Products GmbH im Rahmen einer Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage durch die Deutsche Telekom AG.

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.

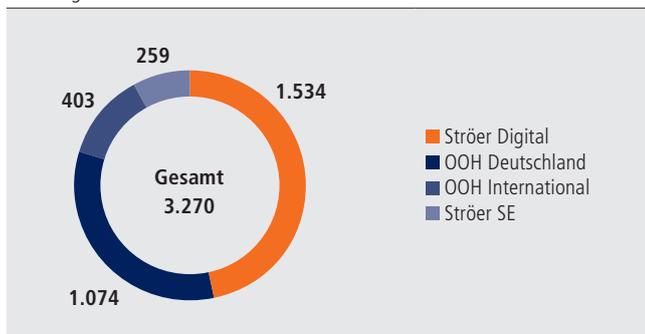
Beschäftigungssituation

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

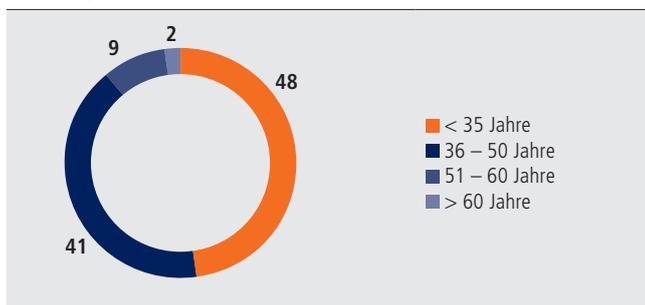


Betriebszugehörigkeit

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 %



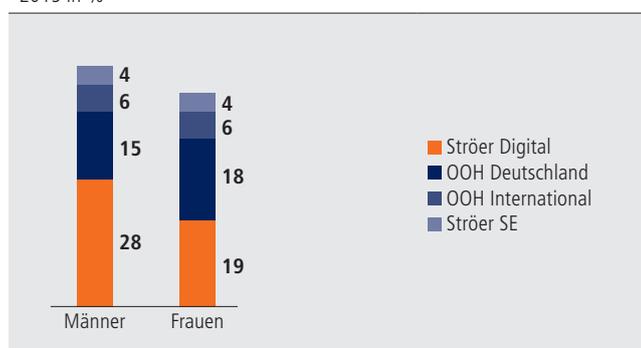
Wir verfügen über eine ausgewogene Altersstruktur. Unser Bestreben ist es, junge Mitarbeiter durch gezielte Ausbildungsprogramme an uns zu binden und sie langfristig für unser Unternehmen zu begeistern. Dabei arbeiten sie mit Mentoren zusammen, die sie auf ihrem Weg begleiten und dabei selbst auf eine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

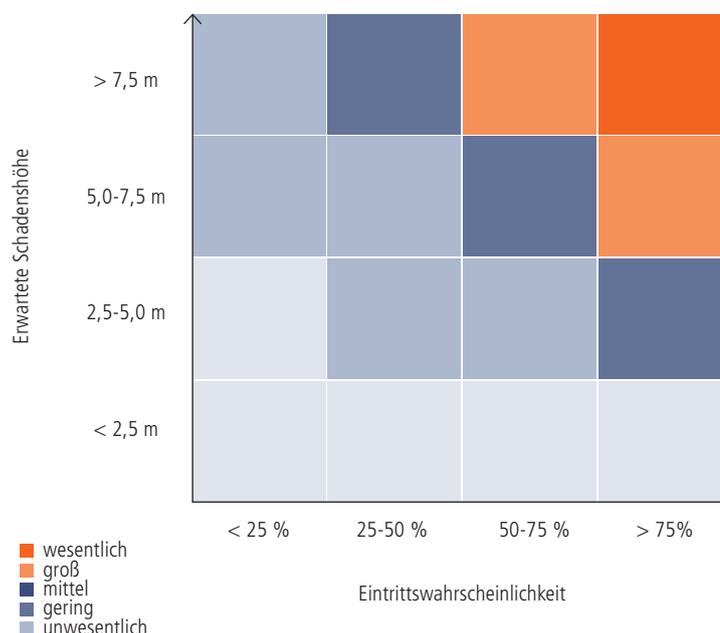
Chancen- und Risikomanagementsystem

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.

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

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.

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 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 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 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 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 Werbeeffizienz 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.

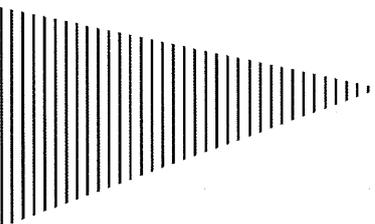
Put Option

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.

blowUP Media GmbH Köln

Testatsexemplar
Jahresabschluss
31. Dezember 2013

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Building a better
working world



Inhaltsverzeichnis

Bestätigungsvermerk

Rechnungslegung

Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt

Allgemeine Auftragsbedingungen

Hinweis:

Den nachfolgenden Bestätigungsvermerk haben wir, unter Beachtung der gesetzlichen und berufsständischen Bestimmungen, nach Maßgabe der in der Anlage "Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt" beschriebenen Bedingungen erteilt.

Falls das vorliegende Dokument in elektronischer Fassung für Zwecke der Offenlegung im Bundesanzeiger verwendet wird, sind für diesen Zweck daraus nur die Dateien zur Rechnungslegung und im Falle gesetzlicher Prüfungspflicht der Bestätigungsvermerk resp. die diesbezüglich erteilte Bescheinigung bestimmt.

Bestätigungsvermerk

An die blowUP Media GmbH, Köln

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung der blowUP Media GmbH, Köln, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2013 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung des Jahresabschlusses nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung und Jahresabschluss überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

Köln, 18. März 2014

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu
Wirtschaftsprüfer

Zwirner
Wirtschaftsprüfer

	31.12.2013 EUR	31.12.2012 EUR	31.12.2012 EUR	31.12.2013 EUR
A K T I V A				
ANLAGEVERMÖGEN				
Immaterielle Vermögensgegenstände				
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	23.334,53	47.129,53		
Sachanlagen				
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	357.410,09	453.473,13		
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	27.630,65	0,00		
	385.040,74	453.473,13		
Finanzanlagen				
Anteile an verbundenen Unternehmen	400.334,96	2.742.574,22		
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	2.618.171,91	2.611.511,91		
	3.018.506,87	5.354.086,13		
	3.428.882,14	5.854.688,79		
UMLAUFVERMÖGEN				
Vorräte				
Waren	17.184,05	17.530,23		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	561.754,42	356.993,85		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	555.153,97	392.520,86		
Sonstige Vermögensgegenstände	97.506,26	124.953,12		
	1.214.414,65	874.467,83		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	6.592.406,51	3.976.108,78		
	7.824.005,21	4.868.106,84		
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN				
	50.524,80	15.544,20		
	11.301.412,15	10.738.339,83		
P A S S I V A				
EIGENKAPITAL				
Gezeichnetes Kapital	350.000,00	350.000,00		
Kapitalrücklage	285.224,18	285.224,18		
Gewinnvortrag	7.261.102,14	4.314.799,27		
Jahresfehlbetrag/Jahresüberschuss	-383.286,57	-383.286,57		
	7.313.039,75	7.896.326,32		
RÜCKSTELLUNGEN				
Steuerrückstellungen	389.024,23	214.378,03		
Sonstige Rückstellungen	2.403.005,58	1.793.398,86		
	2.792.029,81	2.007.776,89		
VERBINDLICHKEITEN				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen				
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 599.592,94 (Vorjahr: EUR 376.665,64)	559.592,94	376.665,64		
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen				
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 211.877,64 (Vorjahr: EUR 355.965,97)	211.877,64	355.965,97		
- davon gegenüber Gesellschafter: EUR 6.689,94 (Vorjahr: EUR 25.341,20)				
Sonstige Verbindlichkeiten				
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 224.872,01 (Vorjahr: EUR 71.077,24)	224.872,01	71.077,24		
- davon aus Steuern: EUR 137.797,62 (Vorjahr: EUR 37.758,41)				
	986.342,59	803.708,85		
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN				
	0,00	30.527,77		
	11.301.412,15	10.738.339,83		

BLOWUP MEDIA GMBH, KÖLN

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNGFÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013

	<u>2013</u> EUR	<u>2012</u> EUR
Umsatzerlöse	9.248.156,47	7.056.485,87
Sonstige betriebliche Erträge	923.380,64	845.531,74
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 1,57 (Vorjahr: EUR 2,33)		
Materialaufwand		
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	-673.101,29	-547.041,65
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-4.466.968,64	-3.681.333,86
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-2.281.275,22	-1.780.541,04
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-256.501,59	-257.602,53
- davon für Altersversorgung: EUR -2.671,17 (Vorjahr: EUR -2.246,17)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-119.438,89	-153.048,55
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.475.783,46	-1.424.024,21
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR -147,34 (Vorjahr: EUR -59,87)		
Erträge aus Beteiligungen,	1.178.133,84	2.954.312,25
- davon aus verbundenen Unternehmen Euro 1.178.133,84 (Vorjahr: EUR 2.954.312,25)		
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	0,00	49.323,74
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	34.717,94	47.112,84
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 34.717,94 (Vorjahr: EUR 47.112,84)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	3.712,54	46.085,44
- davon Erträge aus der Abzinsung: EUR 361,46 (Vorjahr: EUR 39.354,12)		
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6.938,44	-21.982,21
- davon an verbundene Unternehmen: EUR -2.059,32 (Vorjahr: EUR -11.312,09)		
- davon Aufwendungen aus der Aufzinsung EUR -2.136,48 (Vorjahr: EUR -3.883,55)		
<u>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</u>	<u>2.108.093,90</u>	<u>3.133.277,83</u>
Außerordentliche Aufwendungen	-2.132.805,26	0,00
<u>Außerordentliches Ergebnis</u>	<u>-2.132.805,26</u>	<u>0,00</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-357.008,00	-184.905,54
Sonstige Steuern	-1.567,21	-2.069,42
<u>Jahresfehlbetrag /-überschuss</u>	<u>-383.286,57</u>	<u>2.946.302,87</u>

blowUP Media GmbH, Köln

Anhang für 2013

A. Allgemeine Hinweise

Die blowUP Media GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „Gesellschaft“ oder „BUM“) hat ihren Sitz in Köln und ist dort beim Amtsgericht im Handelsregister, Abteilung B, unter Nr. 28704 eingetragen.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des GmbHG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für kleine Kapitalgesellschaften. Die Erleichterungsvorschriften für kleine Kapitalgesellschaften sind teilweise in Anspruch genommen worden.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

Die DSM Mediaposter GmbH, Köln (im Folgenden kurz „Mediaposter“) ist mit Wirkung zum 1. Januar 2013 auf die Gesellschaft verschmolzen worden.

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 sind zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und werden, 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 sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten 3 bis 8 Jahre
- Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 bis 15 Jahre

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als EUR 150,00 bis EUR 1.000,00 wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Ver-

einfachungsgründen 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 resultieren Abschreibungen in Höhe von TEUR 6 (Vorjahr: TEUR 6).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt, sofern keine außerplanmäßigen Abschreibungen wegen voraussichtlich dauernder Wertminderung erforderlich sind.

Die **Vorräte** werden zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bilanziert.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

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

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind 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 sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Als **Rechnungsabgrenzungsposten** werden auf der Passivseite Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der Ströer Media AG, Köln (im Folgenden kurz „Ströer AG“) 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.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2013

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN				NETTOBUCHWERTE	
	1.1.2013 EUR	Zugänge aus Verschmelzung	Zugänge	Abgänge	Zuführungen aus Verschmelzung		Zuführungen	Auflösungen	31.12.2013	31.12.2012
		EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	560.746,31	0,00	1.342,37	0,00	513.616,78	0,00	25.137,37	0,00	23.334,53	47.129,53
Geschäfts- oder Firmenwert	0,00	116.926,00	0,00	116.926,00	0,00	116.926,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	560.746,31	116.926,00	1.342,37	116.926,00	513.616,78	116.926,00	25.137,37	116.926,00	23.334,53	47.129,53
SACHANLAGEN										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.825.792,04	8.400,00	27.086,76	225.778,14	1.372.318,91	800,00	94.301,52	189.319,86	357.410,09	453.473,13
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	0,00	27.630,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	27.630,65	0,00
	1.825.792,04	8.400,00	54.727,41	225.778,14	1.372.318,91	800,00	94.301,52	189.319,86	385.040,74	453.473,13
FINANZANLAGEN										
Anteile an verbundenen Unternehmen	3.999.374,22	0,00	0,00	2.342.239,26	1.256.800,00	0,00	0,00	0,00	400.334,96	2.742.574,22
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	2.611.511,91	0,00	500.000,00	493.340,00	2.618.171,91	0,00	0,00	0,00	2.618.171,91	2.611.511,91
	6.610.886,13	0,00	500.000,00	2.835.579,26	4.275.306,87	0,00	0,00	0,00	3.018.506,87	5.354.086,13
	8.937.424,48	125.326,00	556.069,76	3.178.283,40	3.142.735,69	117.726,00	119.438,89	306.245,86	3.426.682,14	5.854.668,79

a) Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten

Unter dem Posten entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten werden vor allem Gebrauchsschutzmusteranmeldungen und Patentanmeldungen ausgewiesen.

b) Anteile an verbundenen Unternehmen

Mit Wirkung zum 1. Januar 2013 ist die Mediaposter auf die BUM verschmolzen.

c) Ausleihungen

Unter den Ausleihungen sind Darlehen an die Tochterunternehmen blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien (im Folgenden kurz „BUM Espana“) in Höhe von TEUR 1.673 (Vorjahr: TEUR 1.573) und blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande (im Folgenden kurz „BUM Benelux“) in Höhe von TEUR 945 (Vorjahr: TEUR 545) ausgewiesen. Das per 31. Dezember 2012 auf TEUR 493 valutierende Darlehen an die blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien (im Folgenden kurz „BUM UK“) wurde im Geschäftsjahr vollständig getilgt. Die Darlehen werden monatlich zu marktüblichen Zinssätzen (1-Monats-Euribor + 1 %) verzinst. Ausgenommen hiervon ist die Verzinsung des eigenkapitalersetzenden Darlehens an die BUM Espana, bei dem die Verzinsung über dem Mindestzinssatz von 1,5 % von der Ergebnisentwicklung des Tochterunternehmens abhängig ist. Die wesentlichen Darlehensverträge haben eine unbegrenzte Laufzeit und sind seitens des Darlehensgebers mit einer Frist von drei Monaten kündbar.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren vornehmlich aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten vor allem Steuerforderungen in Höhe von TEUR 92 (Vorjahr: TEUR 114).

3. Eigenkapital

Zum Bilanzstichtag werden die Geschäftsanteile wie folgt gehalten:

	<u>EUR</u>	<u>%</u>
Ströer AG	315.000,00	90,0
Heinrich L. Leuters	17.500,00	5,0
Werner Döker	<u>17.500,00</u>	<u>5,0</u>
	<u><u>350.000,00</u></u>	<u><u>100,0</u></u>

Die Ströer AG hat am 16. Mai 2012 einen Kaufvertrag über weitere 15 % der Anteile an der BUM abgeschlossen. Der Kauf ist aufschiebend befristet zum 1. Januar 2013 wirksam geworden. Durch diesen Erwerb hat sich der von der Ströer AG gehaltene Anteil von 75 % auf 90 % erhöht.

Der Bilanzgewinn des Vorjahres in Höhe von EUR 7.261.102,14 wurde aufgrund des Gesellschafterbeschlusses vom 15. Juli 2013 auf neue Rechnung vorgetragen.

4. Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen enthalten Rückstellungen für Gewerbe- und Körperschaftsteuer für das Geschäftsjahr 2013 (TEUR 284) und für Vorjahre (TEUR 105).

5. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Ausstehende Rechnungen	725
Pachtrückstellungen	623
Personalarückstellungen	532
Kundenboni	253
Rückbauverpflichtungen	203
Abschluss- und Prüfungskosten	14
Archivierung	7
Übrige	46
Summe	2.403

Die Pachtrückstellungen beinhalten noch nicht abgerechnete Pachten, die aufgrund erzielter Umsatzerlöse noch an den Pachtpartner abzuführen sind.

Die Personalarückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Mitarbeiterprämien und –boni in Höhe von TEUR 467 (Vorjahr: TEUR 44) und nicht genommenen Urlaub in Höhe von TEUR 58 (Vorjahr: TEUR 25).

Die Rückstellung für Rückbauverpflichtungen betrifft die Verpflichtung der Gesellschaft, die auf privatem Grund und Boden errichteten Werbeträger bei Vertragsende zurückzubauen.

6. Verbindlichkeiten

Die nicht besicherten Verbindlichkeiten haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von TEUR 212 (Vorjahr: TEUR 356) resultieren aus einem Darlehen der blowUP Media France S.A.S., Paris, Frankreich, (im Folgenden kurz „BUM France“) in Höhe von TEUR 194 (Vorjahr: TEUR 209) sowie in Höhe von TEUR 18 (Vorjahr: TEUR 147) aus Lieferungen und Leistungen.

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2013 belaufen sich auf TEUR 9.248 und werden im Wesentlichen im Inland erzielt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von TEUR 923 sind insbesondere Weiterbelastungen von erbrachten Serviceleistungen (Finanzen, Controlling, Vertrieb, IT, Recht sowie Geschäftsführung) (TEUR 449), Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 369), Erträge aus Weiterberechnungen an andere Gesellschaften des Ströer-Konzerns (TEUR 63) und Erträge aus Anlageabgängen (TEUR 22) enthalten. Des Weiteren sind in den sonstigen betrieblichen Erträgen auch periodenfremde Erträge in Höhe von TEUR 2 enthalten. Hierbei handelt es sich um eine nachträgliche Gutschrift für das Vorjahr.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten vor allem Aufwendungen für Werbe- und Vertriebsaufwendungen, Verwaltungskosten und Betriebskosten (TEUR 925) sowie sonstige werbeträgerbezogene Kosten (TEUR 426). Des Weiteren sind periodenfremde Aufwendungen (TEUR 4) enthalten, die das Vorjahr betreffende Gutschriften beinhalten.

4. Erträge aus Beteiligungen

Die Erträge aus Beteiligungen resultieren aus einer Dividendenausschüttung der BUM UK in Höhe von TEUR 1.178 gemäß Gesellschafterbeschluss vom 11. Dezember 2013.

5. Außerordentliches Ergebnis

Die außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 2.133 resultieren aus der Verschmelzung der Mediaposter auf die BUM.

6. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag entfallen in Höhe von TEUR 357 auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Sie betreffen Gewerbe- und Körperschaftsteuer für das laufende Geschäftsjahr.

E. Sonstige Angaben

1. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen in Höhe von TEUR 2.077 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 37). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

- bis zu einem Jahr: TEUR 76
- 1 – 5 Jahre: TEUR 103

Darüber hinaus hat die Gesellschaft sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Mieten von Lager - und Verwaltungsgebäuden in einer Gesamthöhe von TEUR 290. Davon entfallen auf verbundene Unternehmen TEUR 37. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr: TEUR 161
- 1 – 5 Jahre: TEUR 129

Ferner besteht eine Vielzahl weiterer Standortmietverträge im Wesentlichen auf privatem Grund. Aus den Restlaufzeiten der bestehenden Verträge ergibt sich eine Verpflichtung in Höhe von TEUR 1.565. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr: TEUR 1.053
- 1 – 5 Jahre: TEUR 285
- größer 5 Jahre: TEUR 227

Weiterhin gibt es finanzielle Verpflichtungen aufgrund eines Vertrages für Presse- und Textarbeit zur Erstellung und Versendung von Pressemitteilungen, Kommunikation mit Journalisten und Kooperationspartnern mit folgender Restlaufzeit:

- bis zu einem Jahr: TEUR 10

2. Prüfungs- und Beratungsgebühren

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

3. Geschäftsführung

Die Mitglieder der Geschäftsführung sind:

Heinrich L. Leuters, Münster

Werner Döker, Münster

Annette Katrin Robertson, Düsseldorf

Nils Nerkamp, Münster (seit 1. Juli 2013)

Die Gesellschaft wird durch Herrn Nils Nerkamp und Frau Annette Katrin Robertson jeweils einzeln und von den Herren Heinrich L. Leuters und Werner Döker jeweils gemeinsam mit einem anderen Geschäftsführer vertreten.

Die Geschäftsführer üben ihre Tätigkeit als Geschäftsführer hauptberuflich aus.

4. Mitarbeiter

Die Gesellschaft beschäftigte im Jahresdurchschnitt 2013 ausschließlich 27 (Vorjahr: 29) Angestellte.

5. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20 % beteiligt ist. Die Angabe der Kapitalanteile erfolgt in Übereinstimmung mit § 16 Abs. 4 AktG.

Gesellschaft	Anteile am Kapital 31.12.2013 vH	Eigenkapital am 31.12.2013 TEUR	Jahres- ergebnis 2013 TEUR
blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien	80,00	716	1.773
blowUP Media France S.A.S. , Paris, Frankreich	70,61	204	-9
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	70,00	-1.077	-197
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00	-581	-1.065
Megaposter UK Ltd., Brighton, Großbritannien**/**	100,00	879	34
Meteor Advertising Ltd., London, Großbritannien**/**	100,00	87	5
blowUP Media Belgium N.V., Antwerpen, Belgien*	100,00	-236	-478

* = Direkt werden 100 % der Anteile von der blowUP Media Benelux B.V. gehalten

** = Direkt werden 100% der Anteile von der blowUP Media UK Ltd. Gehalten

*** = Eigenkapital und Jahresergebnis für das Geschäftsjahr zum 31.12.2012

6. Konzernverhältnisse

Der Jahresabschluss wird in den Konzernabschluss der Ströer AG einbezogen.

Zur Erstellung eines Konzernabschlusses war die BUM zum 31. Dezember 2013 nicht verpflichtet, da die Ströer AG in ihrer Eigenschaft als deutsche Konzernleitung zum 31. Dezember 2013 einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht mit befreiender Wirkung für die BUM erstellt; dieser wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Köln, 18. März 2014

Heinrich L. Leuters Werner Döker Annette Katrin Robertson Nils Nerkamp

Geschäftsführung



Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt

Wir, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, haben unsere Prüfung der vorliegenden Rechnungslegung im Auftrag der Gesellschaft vorgenommen. Neben der gesetzlichen Funktion der Offenlegung (§ 325 HGB) in den Fällen gesetzlicher Abschlussprüfungen richtet sich der Bestätigungsvermerk ausschließlich an die Gesellschaft und wurde zu deren interner Verwendung erteilt, ohne dass er weiteren Zwecken Dritter oder diesen als Entscheidungsgrundlage dienen soll. Das in dem Bestätigungsvermerk zusammengefasste Ergebnis von freiwilligen Abschlussprüfungen ist somit nicht dazu bestimmt, Grundlage von Entscheidungen Dritter zu sein, und nicht für andere als bestimmungsgemäße Zwecke zu verwenden.

Unserer Tätigkeit liegt unser Auftragsbestätigungsschreiben zur Prüfung der vorliegenden Rechnungslegung einschließlich der "Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften" in der vom Institut der Wirtschaftsprüfer herausgegebenen Fassung vom 1. Januar 2002 zugrunde.

Klarstellend weisen wir darauf hin, dass wir Dritten gegenüber keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten übernehmen, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Bestätigungsvermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht.

Wer auch immer das in vorstehendem Bestätigungsvermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

Allgemeine Auftragsbedingungen

für

Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2002

1. Geltungsbereich

(1) Die Auftragsbedingungen gelten für die Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer genannt) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Beratungen und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.

(2) Werden im Einzelfall ausnahmsweise vertragliche Beziehungen auch zwischen dem Wirtschaftsprüfer und anderen Personen als dem Auftraggeber begründet, so gelten auch gegenüber solchen Dritten die Bestimmungen der nachstehenden Nr. 9.

2. Umfang und Ausführung des Auftrages

(1) Gegenstand des Auftrages ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrages sachverständiger Personen zu bedienen.

(2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf - außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen - der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(3) Der Auftrag erstreckt sich, soweit er nicht darauf gerichtet ist, nicht auf die Prüfung der Frage, ob die Vorschriften des Steuerrechts oder Sondervorschriften, wie z. B. die Vorschriften des Preis-, Wettbewerbsbeschränkungs- und Bewirtschaftungsrechts beachtet sind; das gleiche gilt für die Feststellung, ob Subventionen, Zulagen oder sonstige Vergünstigungen in Anspruch genommen werden können. Die Ausführung eines Auftrages umfasst nur dann Prüfungshandlungen, die gezielt auf die Aufdeckung von Buchfälschungen und sonstigen Unregelmäßigkeiten gerichtet sind, wenn sich bei der Durchführung von Prüfungen dazu ein Anlass ergibt oder dies ausdrücklich schriftlich vereinbart ist.

(4) Ändert sich die Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgerungen hinzuweisen.

3. Aufklärungspflicht des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, daß dem Wirtschaftsprüfer auch ohne dessen besondere Aufforderung alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen rechtzeitig vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden.

(2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

4. Sicherung der Unabhängigkeit

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß alles unterlassen wird, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährden könnte. Dies gilt insbesondere für Angebote auf Anstellung und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Hat der Wirtschaftsprüfer die Ergebnisse seiner Tätigkeit schriftlich darzustellen, so ist nur die schriftliche Darstellung maßgebend. Bei Prüfungsaufträgen wird der Bericht, soweit nichts anderes vereinbart ist, schriftlich erstattet. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich.

6. Schutz des geistigen Eigentums des Wirtschaftsprüfers

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß die im Rahmen des Auftrages vom Wirtschaftsprüfer gefertigten Gutachten, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen, insbesondere Massen- und Kostenberechnungen, nur für seine eigenen Zwecke verwendet werden.

7. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

(1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Berichte, Gutachten und dgl.) an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, soweit sich nicht bereits aus dem Auftragsinhalt die Einwilligung zur Weitergabe an einen bestimmten Dritten ergibt.

Gegenüber einem Dritten haftet der Wirtschaftsprüfer (im Rahmen von Nr. 9) nur, wenn die Voraussetzungen des Satzes 1 gegeben sind.

(2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers zu Werbezwecken ist unzulässig; ein Verstoß berechtigt den Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung aller noch nicht durchgeführten Aufträge des Auftraggebers.

8. Mängelbeseitigung

(1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlägen der Nacherfüllung kann er auch Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen; ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt worden, so kann der Auftraggeber die Rückgängigmachung des Vertrages nur verlangen, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.

(2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muß vom Auftraggeber unverzüglich schriftlich geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

(3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z. B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse in Frage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

9. Haftung

(1) Für gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen gilt die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.

(2) Haftung bei Fahrlässigkeit, Einzelner Schadensfall

Falls weder Abs. 1 eingreift noch eine Regelung im Einzelfall besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gem. § 54 a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt; dies gilt auch dann, wenn eine Haftung gegenüber einer anderen Person als dem Auftraggeber begründet sein sollte. Ein einzelner Schadensfall ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfaßt sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlchem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(3) Ausschlussfristen

Ein Schadensersatzanspruch kann nur innerhalb einer Ausschlussfrist von einem Jahr geltend gemacht werden, nachdem der Anspruchsberechtigte von dem Schaden und von dem anspruchsbegründenden Ereignis Kenntnis erlangt hat, spätestens aber innerhalb von 5 Jahren nach dem anspruchsbegründenden Ereignis. Der Anspruch erlischt, wenn nicht innerhalb einer Frist von sechs Monaten seit der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde.

Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt. Die Sätze 1 bis 3 gelten auch bei gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen mit gesetzlicher Haftungsbeschränkung.

52001
1/2002

10. Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

(1) Eine nachträgliche Änderung oder Kürzung des durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschlusses oder Lageberichts bedarf, auch wenn eine Veröffentlichung nicht stattfindet, der schriftlichen Einwilligung des Wirtschaftsprüfers. Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.

(2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.

(3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.

(2) Der Steuerberatungsauftrag umfaßt nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, daß der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Falle hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, daß dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.

(3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfaßt die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:

- a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögenssteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger, für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
- b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
- c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
- d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
- e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

(4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(5) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrages. Dies gilt auch für

- a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z. B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
- b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen und
- c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlung, Verschmelzung, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen.

(6) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzuges wird nicht übernommen.

12. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze verpflichtet, über alle Tatsachen, die ihm im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, gleichviel, ob es sich dabei um den Auftraggeber selbst oder dessen Geschäftsverbindungen handelt, es sei denn, daß der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.

(2) Der Wirtschaftsprüfer darf Berichte, Gutachten und sonstige schriftliche Äußerungen über die Ergebnisse seiner Tätigkeit Dritten nur mit Einwilligung des Auftraggebers aushändigen.

(3) Der Wirtschaftsprüfer ist befugt, ihm anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Zweckbestimmung des Auftraggebers zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

13. Annahmeverzug und unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers

Kommt der Auftraggeber mit der Annahme der vom Wirtschaftsprüfer angebotenen Leistung in Verzug oder unterläßt der Auftraggeber eine ihm nach Nr. 3 oder sonst wie obliegende Mitwirkung, so ist der Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt. Unberührt bleibt der Anspruch des Wirtschaftsprüfers auf Ersatz der ihm durch den Verzug oder die unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers entstandenen Mehraufwendungen sowie des verursachten Schadens, und zwar auch dann, wenn der Wirtschaftsprüfer von dem Kündigungsrecht keinen Gebrauch macht.

14. Vergütung

(1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagensatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.

(2) Eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagensatz ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

15. Aufbewahrung und Herausgabe von Unterlagen

(1) Der Wirtschaftsprüfer bewahrt die im Zusammenhang mit der Erledigung eines Auftrages ihm übergebenen und von ihm selbst angefertigten Unterlagen sowie den über den Auftrag geführten Schriftwechsel zehn Jahre auf.

(2) Nach Befriedigung seiner Ansprüche aus dem Auftrag hat der Wirtschaftsprüfer auf Verlangen des Auftraggebers alle Unterlagen herauszugeben, die er aus Anlaß seiner Tätigkeit für den Auftrag von diesem oder für diesen erhalten hat. Dies gilt jedoch nicht für den Schriftwechsel zwischen dem Wirtschaftsprüfer und seinem Auftraggeber und für die Schriftstücke, die dieser bereits in Urschrift oder Abschrift besitzt. Der Wirtschaftsprüfer kann von Unterlagen, die er an den Auftraggeber zurückgibt, Abschriften oder Fotokopien anfertigen und zurückbehalten.

16. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.

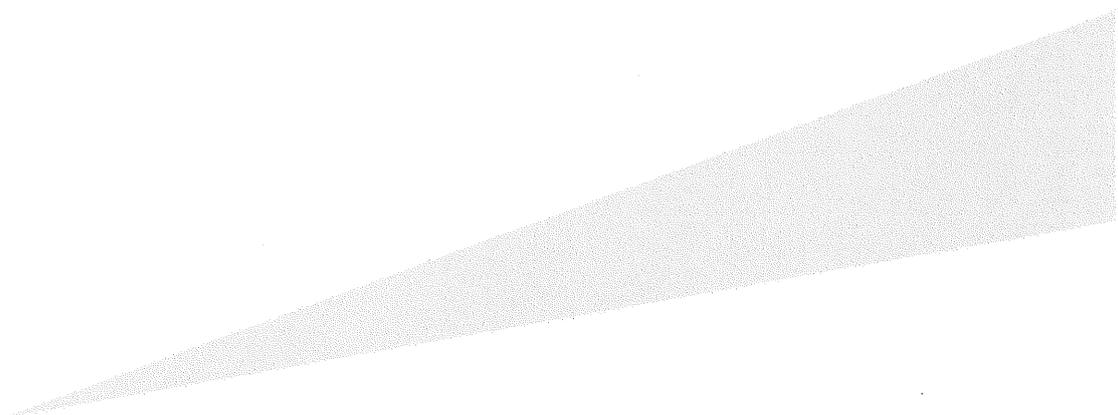
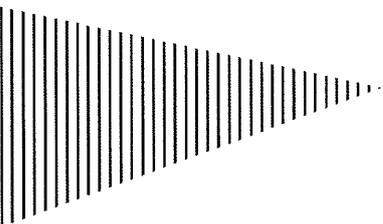
Berichterstattung nach operativen Segmenten

In TEUR	Ströer Digital	OOH Deutschland	OOH International	Überleitung	Überleitung at equity	Konzernwert
Q1 2016						
Außenumsatzerlöse	92.392	107.042	30.003	0	-3.287	226.151
Innenumsatzerlöse	809	1.225	21	-2.055	0	0
Segmentumsätze	93.202	108.267	30.024	-2.055	-3.287	226.151
Operational EBITDA	23.154	24.888	1.760	-4.509		45.292
Q1 2015						
Außenumsatzerlöse	40.987	94.756	29.437	0	-3.425	161.754
Innenumsatzerlöse	721	1.389	229	-2.339	0	0
Segmentumsätze	41.708	96.145	29.666	-2.339	-3.425	161.754
Operational EBITDA	9.488	19.078	1.267	-3.524		26.309

**blowUP Media GmbH
Köln**

**Testatsexemplar
Jahresabschluss
31. Dezember 2014**

**Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**



**Building a better
working world**



Inhaltsverzeichnis

Bestätigungsvermerk

Rechnungslegung

Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt

Allgemeine Auftragsbedingungen

Hinweis:

Den nachfolgenden Bestätigungsvermerk haben wir, unter Beachtung der gesetzlichen und berufsständischen Bestimmungen, nach Maßgabe der in der Anlage "Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt" beschriebenen Bedingungen erteilt.

Falls das vorliegende Dokument in elektronischer Fassung für Zwecke der Offenlegung im Bundesanzeiger verwendet wird, sind für diesen Zweck daraus nur die Dateien zur Rechnungslegung und im Falle gesetzlicher Prüfungspflicht der Bestätigungsvermerk resp. die diesbezüglich erteilte Bescheinigung bestimmt.

Bestätigungsvermerk

An die blowUP Media GmbH, Köln

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung der blowUP Media GmbH, Köln, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2014 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung des Jahresabschlusses nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung und Jahresabschluss überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

Köln, 16. März 2015

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu
Wirtschaftsprüfer

Zwirner
Wirtschaftsprüfer

BLOWUP MEDIA GMBH, KÖLN
BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2014

	31.12.2014 EUR	31.12.2013 EUR	31.12.2013 EUR
<u>A K T I V A</u>			
<u>ANLAGEVERMÖGEN</u>			
Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	33.757,18	23.334,53	
Sachanlagen	280.257,90	357.410,09	
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	17.760,00	27.630,65	
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	296.017,90	385.040,74	
Finanzanlagen	295.203,96	400.334,96	
Anteile an verbundenen Unternehmen	2.437.724,80	2.618.171,91	
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	2.732.928,76	3.018.506,87	
	3.064.703,84	3.426.892,14	
<u>UMLAUFVERMÖGEN</u>			
Vorräte	0,00	17.184,05	
Waren			
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	15.511,18	561.754,42	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	552.743,12	555.153,97	
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	104.584,17	97.506,26	
Sonstige Vermögensgegenstände	672.818,47	1.214.414,65	
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	2.920.974,01	6.592.406,51	
	3.593.792,48	7.824.005,21	
	8.504,00	50.524,80	
<u>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</u>	6.667.000,32	11.301.412,15	
<u>P A S S I V A</u>			
<u>EIGENKAPITAL</u>			
Gezeichnetes Kapital	350.000,00	350.000,00	
Kapitalrücklage	285.224,18	285.224,18	
Gewinnvortrag	1.877.815,57	7.261.102,14	
Jahresfehlbetrag	-889.308,55	-383.286,57	
	1.623.731,20	7.513.038,75	
<u>RÜCKSTELLUNGEN</u>			
Steuerrückstellungen	363.601,20	389.024,23	
Sonstige Rückstellungen	2.740.901,45	2.403.005,58	
	3.104.502,65	2.792.029,81	
<u>VERBINDLICHKEITEN</u>			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	332.938,39	559.592,94	
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 332.938,39 (Vorjahr: EUR 559.592,94)			
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.563.819,44	211.877,84	
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 1.563.819,44 (Vorjahr: EUR 211.877,84)			
Sonstige Verbindlichkeiten	41.322,78	224.872,01	
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 41.322,78 (Vorjahr: EUR 224.872,01)			
- davon aus Steuern: EUR 37.571,20 (Vorjahr: EUR 137.797,62)			
	1.938.080,61	996.342,59	
<u>RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN</u>	685,86	0,00	
	6.667.000,32	11.301.412,15	

BLOWUP MEDIA GMBH, KÖLN

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNGFÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2014

	2014 EUR	2013 EUR
Umsatzerlöse	10.283.886,71	9.248.156,47
Sonstige betriebliche Erträge	1.152.206,19	923.380,64
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 0,18 (Vorjahr: EUR 1,57)		
Materialaufwand		
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	-741.276,03	-673.101,29
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-5.731.846,45	-4.466.968,64
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-2.752.958,97	-2.281.275,22
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung - davon für Altersversorgung: EUR -3.151,47 (Vorjahr: EUR -2.671,17)	-268.496,59	-256.501,59
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-114.552,72	-119.438,89
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.618.633,84	-1.475.783,46
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR -162,40 (Vorjahr: EUR -147,34)		
Erträge aus Beteiligungen,	0,00	1.178.133,84
- davon aus verbundenen Unternehmen Euro 0,00 (Vorjahr: EUR 1.178.133,84)		
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	39.133,73	34.717,94
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 39.133,73 (Vorjahr: EUR 34.717,94)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.179,49	3.712,54
- davon Erträge aus der Abzinsung: EUR 202,48 (Vorjahr: EUR 361,46)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-877.065,00	0,00
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-22.992,96	-6.938,44
- davon an verbundene Unternehmen: EUR -4.194,02 (Vorjahr: EUR -2.059,32)		
- davon Aufwendungen aus der Aufzinsung EUR -5.523,90 (Vorjahr: EUR -2.136,48)		
<u>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</u>	<u>-651.416,44</u>	<u>2.108.093,90</u>
Außerordentliche Aufwendungen	0,00	-2.132.805,26
<u>Außerordentliches Ergebnis</u>	<u>0,00</u>	<u>-2.132.805,26</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-232.217,51	-357.008,00
Sonstige Steuern	-5.674,60	-1.567,21
<u>Jahresfehlbetrag</u>	<u>-889.308,55</u>	<u>-383.286,57</u>

blowUP Media GmbH, Köln

Anhang für 2014

A. Allgemeine Hinweise

Die blowUP Media GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „Gesellschaft“ oder „BUM“) hat ihren Sitz in Köln und ist dort beim Amtsgericht im Handelsregister, Abteilung B, unter Nr. 28704 eingetragen.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des GmbHG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für kleine Kapitalgesellschaften. Die Erleichterungsvorschriften für kleine Kapitalgesellschaften sind teilweise in Anspruch genommen worden.

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 sind zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und werden, 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 sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten 3 bis 8 Jahre
- Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 bis 15 Jahre

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde 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 Sachanlage-

vermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen. Aus der Auflösung des Sammelpostens resultieren Abschreibungen in Höhe von TEUR 6 (Vorjahr: TEUR 6).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt, sofern keine außerplanmäßigen Abschreibungen wegen voraussichtlich dauernder Wertminderung erforderlich sind.

Die **Vorräte** werden zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips bilanziert.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

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

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind 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 sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Als **Rechnungsabgrenzungsposten** werden auf der Passivseite Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der Ströer Media SE (vormals: Ströer Media AG), Köln (im Folgenden kurz „Ströer SE“) 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.

a) Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten

Unter dem Posten entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten werden vor allem Gebrauchsschutzmusteranmeldungen und Patentanmeldungen ausgewiesen.

b) Anteile an verbundenen Unternehmen

Gemäß Gesellschafterbeschlusses 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 (im Folgenden kurz „BUM France“) liquidiert. Es entstand ein Liquidationserlös in Höhe von TEUR 30.

Im Geschäftsjahr wurden weitere Anteile an der blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien (im Folgenden kurz „BUM Espana“) gemäß Gesellschafterbeschluss vom 29. November 2013 und mit Zahlung von TEUR 7 am 19. Februar 2014 erworben. Die Gesellschaft hält nun 80% der Anteile.

c) Ausleihungen

Unter den Ausleihungen sind Darlehen an die Tochterunternehmen BUM Espana in Höhe von TEUR 993 (Vorjahr: TEUR 1.673) und blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande (im Folgenden kurz „BUM Benelux“) in Höhe von TEUR 1.445 (Vorjahr: TEUR 945) ausgewiesen.

Das Darlehen an die BUM Espana wurde zum 31. Dezember 2014 aufgrund voraussichtlich dauernder Wertminderung in Höhe von TEUR 877 wertberichtigt.

Die Darlehen werden monatlich zu marktüblichen Zinssätzen (1-Monats-Euribor + 1 %) verzinst. Ausgenommen hiervon ist die Verzinsung des eigenkapitalersetzenden Darlehens an die BUM Espana, bei dem die Verzinsung über dem Mindestzinssatz von 1,5 % von der Ergebnisentwicklung des Tochterunternehmens abhängig ist. Die wesentlichen Darlehensverträge haben eine unbegrenzte Laufzeit und sind seitens des Darlehensgebers mit einer Frist von drei Monaten kündbar.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren vornehmlich aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten vor allem Steuerforderungen in Höhe von TEUR 94 (Vorjahr: TEUR 92).

3. Eigenkapital

Zum Bilanzstichtag werden die Geschäftsanteile wie folgt gehalten:

	<u>EUR</u>	<u>%</u>
Ströer SE	315.000,00	90,0
Heinrich L. Leuters	17.500,00	5,0
Werner Döker	<u>17.500,00</u>	<u>5,0</u>
	<u><u>350.000,00</u></u>	<u><u>100,0</u></u>

Aus dem Bilanzgewinn des Vorjahres in Höhe von EUR 6.877.815,57 wurden mit Gesellschafterbeschluss vom 23. Juni 2014 TEUR 5.000 an die Gesellschafter entsprechend ihrer Beteiligung am Stammkapital ausgeschüttet.

4. Steuerrückstellungen

Die Steuerrückstellungen betragen im Geschäftsjahr 2014 TEUR 364 (Vorjahr: TEUR 389).

Sie enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Gewerbesteuer in Höhe von TEUR 249 (Vorjahr: TEUR 221). Auf das Geschäftsjahr 2014 entfallen hiervon TEUR 24, auf Vorjahre TEUR 225.

Zudem enthalten sie Rückstellungen für Körperschaftssteuer in Höhe von TEUR 112 (Vorjahr: TEUR 168). Auf das Geschäftsjahr 2014 entfallen hiervon TEUR 5, auf Vorjahre TEUR 107.

5. Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

	TEUR
Personalrückstellungen	831
Ausstehende Rechnungen	670
Kundenboni	471
Pachtrückstellungen	428
Rückbauverpflichtungen	195
Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	73
Abschluss- und Prüfungskosten	15
Archivierung	7
Übrige	51
Summe	2.741

Die Personalrückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Mitarbeiterprämien und – boni in Höhe von TEUR 640 (Vorjahr: TEUR 467) und für Abfindungen und Freistellungen in Höhe von TEUR 153 (Vorjahr: TEUR 0) sowie Rückstellungen für nicht genommenen Urlaub in Höhe von TEUR 30 (Vorjahr: TEUR 58).

Die Pachtrückstellungen beinhalten noch nicht abgerechnete Pachten, die aufgrund erzielter Umsatzerlöse noch an den Pachtpartner abzuführen sind.

Die Rückstellung für Rückbauverpflichtungen betrifft die Verpflichtung der Gesellschaft, die auf privatem Grund und Boden errichteten Werbeträger bei Vertragsende zurückzubauen.

Die Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften betreffen einen Standortmietvertrag mit Garantiemiete, der in dem Mietzeitraum nicht vermarktet werden konnte.

6. Verbindlichkeiten

Die nicht besicherten Verbindlichkeiten haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von TEUR 1.564 (Vorjahr: TEUR 212) resultieren aus einem von der blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien, gewährten Darlehen in Höhe von TEUR 1.560 (Vorjahr: TEUR 0) sowie aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 4 (Vorjahr: TEUR 18).

D. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2014 belaufen sich auf TEUR 10.284 und werden im Wesentlichen im Inland erzielt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

In den sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von TEUR 1.152 sind insbesondere Weiterbelastungen von erbrachten Serviceleistungen (Finanzen, Controlling, Vertrieb, IT, Recht sowie Geschäftsführung) (TEUR 581), Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (TEUR 403), Erträge aus Weiterberechnungen an andere Gesellschaften des Ströer-Konzerns (TEUR 59) und Erträge aus Anlageabgängen Finanzanlagen (TEUR 30) enthalten. Des Weiteren beinhalten die sonstigen betrieblichen Erträge auch eine Erstattung aus Schadenersatz in Höhe von TEUR 63.

3. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von TEUR 1.619 beinhalten vor allem Aufwendungen für Werbe- und Vertriebsaufwendungen, Verwaltungskosten und Betriebskosten (TEUR 934) sowie sonstige werbeträgerbezogene Kosten (TEUR 504). Des Weiteren sind periodenfremde Aufwendungen (TEUR 18) enthalten, die vor allem die für Vorjahre abgeführte Künstlersozialabgabe betrifft.

4. Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibung auf Finanzanlagen in Höhe von TEUR 877 betrifft das der BUM Espana gewährte Darlehen. Die Abschreibung wurde aufgrund einer voraussichtlichen dauernden Wertminderung erfasst.

5. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag entfallen in Höhe von TEUR 164 auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Sie betreffen Gewerbe- und Körperschaftsteuer für das laufende Geschäftsjahr. Ein Betrag in Höhe von TEUR 68 entfällt auf Steuern vom Einkommen und Ertrag für Vorjahre.

E. Sonstige Angaben

1. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen in Höhe von TEUR 1.527 sonstige finanzielle Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen TEUR 37). Im Einzelnen betreffen diese Verpflichtungen folgende Sachverhalte:

Leasingraten:

- bis zu einem Jahr: TEUR 61
- 1 – 5 Jahre: TEUR 72

Darüber hinaus hat die Gesellschaft sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Mieten von Lager - und Verwaltungsgebäuden in einer Gesamthöhe von TEUR 222. Davon entfallen auf verbundene Unternehmen TEUR 37. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr: TEUR 174
- 1 – 5 Jahre: TEUR 48

Ferner besteht eine Vielzahl weiterer Standortmietverträge im Wesentlichen auf privatem Grund. Aus den Restlaufzeiten der bestehenden Verträge ergibt sich eine Verpflichtung in Höhe von TEUR 1.153. Die Laufzeiten teilen sich wie folgt auf:

- bis zu einem Jahr: TEUR 606
- 1 – 5 Jahre: TEUR 357
- größer 5 Jahre: TEUR 190

Weiterhin gibt es finanzielle Verpflichtungen aufgrund eines Vertrages für Presse- und Textarbeit zur Erstellung und Versendung von Pressemitteilungen, Kommunikation mit Journalisten und Kooperationspartnern mit folgender Restlaufzeit:

- bis zu einem Jahr: TEUR 19

2. Prüfungs- und Beratungsgebühren

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

3. Geschäftsführung

Die Mitglieder der Geschäftsführung sind:

Heinrich L. Leuters, Münster
Werner Döker, Münster
Annette Katrin Robertson, Düsseldorf
Nils Nerkamp, Münster

Die Gesellschaft wird durch Herrn Nils Nerkamp und Frau Annette Katrin Robertson jeweils einzeln und von den Herren Heinrich L. Leuters und Werner Döker jeweils gemeinsam mit einem anderen Geschäftsführer vertreten.

Die Geschäftsführer üben ihre Tätigkeit als Geschäftsführer hauptberuflich aus.

4. Mitarbeiter

Die Gesellschaft beschäftigte im Jahresdurchschnitt 2014 ausschließlich 29 (Vorjahr: 27) Angestellte.

5. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20 % beteiligt ist. Die Angabe der Kapitalanteile erfolgt in Übereinstimmung mit § 16 Abs. 4 AktG.

Gesellschaft	Anteile am Kapital 31.12.2014 vH	Eigenkapital am 31.12.2014 TEUR	Jahres- ergebnis 2014 TEUR
blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien***	80,00	2.793	2.175
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	80,00	-1.112	-36
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00	-210	371
blowUP Media Belgium N.V., Antwerpen, Belgien*	100,00	-133	103
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen, Belgien**	50,00	374	274

* = Direkt werden 100 % der Anteile von der blowUP Media Benelux B.V. gehalten

** = Direkt werden 50 % der Anteile von der blowUP Media Benelux B.V. gehalten

*** = Die im Vorjahr gehaltenen Anteile der Meteor Advertising Ltd., London und der Megaposter UK Ltd., Brighton (jeweils 100 %) wurden im Geschäftsjahr 2014 auf die blowUP Media UK Ltd. London verschmolzen

6. Konzernverhältnisse

Der Jahresabschluss wird in den Konzernabschluss der Ströer SE einbezogen.

Zur Erstellung eines Konzernabschlusses war die BUM zum 31. Dezember 2014 nicht verpflichtet, da die Ströer SE in ihrer Eigenschaft als deutsche Konzernleitung zum 31. Dezember 2014 einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht mit befreiender Wirkung für die BUM erstellt; dieser wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Köln, 16. März 2015

Heinrich L. Leuters Werner Döker Annette Katrin Robertson Nils Nerkamp

Geschäftsführung



Auftragsbedingungen, Haftung und Verwendungsvorbehalt

Wir, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, haben unsere Prüfung der vorliegenden Rechnungslegung im Auftrag der Gesellschaft vorgenommen. Neben der gesetzlichen Funktion der Offenlegung (§ 325 HGB) in den Fällen gesetzlicher Abschlussprüfungen richtet sich der Bestätigungsvermerk ausschließlich an die Gesellschaft und wurde zu deren interner Verwendung erteilt, ohne dass er weiteren Zwecken Dritter oder diesen als Entscheidungsgrundlage dienen soll. Das in dem Bestätigungsvermerk zusammengefasste Ergebnis von freiwilligen Abschlussprüfungen ist somit nicht dazu bestimmt, Grundlage von Entscheidungen Dritter zu sein, und nicht für andere als bestimmungsgemäße Zwecke zu verwenden.

Unserer Tätigkeit liegt unser Auftragsbestätigungsschreiben zur Prüfung der vorliegenden Rechnungslegung einschließlich der "Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften" in der vom Institut der Wirtschaftsprüfer herausgegebenen Fassung vom 1. Januar 2002 zugrunde.

Klarstellend weisen wir darauf hin, dass wir Dritten gegenüber keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten übernehmen, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Bestätigungsvermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht.

Wer auch immer das in vorstehendem Bestätigungsvermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

Allgemeine Auftragsbedingungen

für

Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften

vom 1. Januar 2002

1. Geltungsbereich

(1) Die Auftragsbedingungen gelten für die Verträge zwischen Wirtschaftsprüfern oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (im nachstehenden zusammenfassend „Wirtschaftsprüfer genannt“) und ihren Auftraggebern über Prüfungen, Beratungen und sonstige Aufträge, soweit nicht etwas anderes ausdrücklich schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist.

(2) Werden im Einzelfall ausnahmsweise vertragliche Beziehungen auch zwischen dem Wirtschaftsprüfer und anderen Personen als dem Auftraggeber begründet, so gelten auch gegenüber solchen Dritten die Bestimmungen der nachstehenden Nr. 9.

2. Umfang und Ausführung des Auftrages

(1) Gegenstand des Auftrages ist die vereinbarte Leistung, nicht ein bestimmter wirtschaftlicher Erfolg. Der Auftrag wird nach den Grundsätzen ordnungsmäßiger Berufsausübung ausgeführt. Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrages sachverständiger Personen zu bedienen.

(2) Die Berücksichtigung ausländischen Rechts bedarf - außer bei betriebswirtschaftlichen Prüfungen - der ausdrücklichen schriftlichen Vereinbarung.

(3) Der Auftrag erstreckt sich, soweit er nicht darauf gerichtet ist, nicht auf die Prüfung der Frage, ob die Vorschriften des Steuerrechts oder Sondervorschriften, wie z. B. die Vorschriften des Preis-, Wettbewerbsbeschränkungs- und Bewirtschaftungsrechts beachtet sind; das gleiche gilt für die Feststellung, ob Subventionen, Zulagen oder sonstige Vergünstigungen in Anspruch genommen werden können. Die Ausführung eines Auftrages umfasst nur dann Prüfungshandlungen, die gezielt auf die Aufdeckung von Buchfälschungen und sonstigen Unregelmäßigkeiten gerichtet sind, wenn sich bei der Durchführung von Prüfungen dazu ein Anlass ergibt oder dies ausdrücklich schriftlich vereinbart ist.

(4) Ändert sich die Rechtslage nach Abgabe der abschließenden beruflichen Äußerung, so ist der Wirtschaftsprüfer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgerungen hinzuweisen.

3. Aufklärungspflicht des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, daß dem Wirtschaftsprüfer auch ohne dessen besondere Aufforderung alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen rechtzeitig vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Wirtschaftsprüfers bekannt werden.

(2) Auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers hat der Auftraggeber die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen und der gegebenen Auskünfte und Erklärungen in einer vom Wirtschaftsprüfer formulierten schriftlichen Erklärung zu bestätigen.

4. Sicherung der Unabhängigkeit

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß alles unterlassen wird, was die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Wirtschaftsprüfers gefährden könnte. Dies gilt insbesondere für Angebote auf Anstellung und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

5. Berichterstattung und mündliche Auskünfte

Hat der Wirtschaftsprüfer die Ergebnisse seiner Tätigkeit schriftlich darzustellen, so ist nur die schriftliche Darstellung maßgebend. Bei Prüfungsaufträgen wird der Bericht, soweit nichts anderes vereinbart ist, schriftlich erstattet. Mündliche Erklärungen und Auskünfte von Mitarbeitern des Wirtschaftsprüfers außerhalb des erteilten Auftrages sind stets unverbindlich.

6. Schutz des geistigen Eigentums des Wirtschaftsprüfers

Der Auftraggeber steht dafür ein, daß die im Rahmen des Auftrages vom Wirtschaftsprüfer gefertigten Gutachten, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Aufstellungen und Berechnungen, insbesondere Massen- und Kostenberechnungen, nur für seine eigenen Zwecke verwendet werden.

7. Weitergabe einer beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers

(1) Die Weitergabe beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers (Berichte, Gutachten und dgl.) an einen Dritten bedarf der schriftlichen Zustimmung des Wirtschaftsprüfers, soweit sich nicht bereits aus dem Auftragsinhalt die Einwilligung zur Weitergabe an einen bestimmten Dritten ergibt.

Gegenüber einem Dritten haftet der Wirtschaftsprüfer (im Rahmen von Nr. 9) nur, wenn die Voraussetzungen des Satzes 1 gegeben sind.

(2) Die Verwendung beruflicher Äußerungen des Wirtschaftsprüfers zu Werbezwecken ist unzulässig; ein Verstoß berechtigt den Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung aller noch nicht durchgeführten Aufträge des Auftraggebers.

8. Mängelbeseitigung

(1) Bei etwaigen Mängeln hat der Auftraggeber Anspruch auf Nacherfüllung durch den Wirtschaftsprüfer. Nur bei Fehlschlägen der Nacherfüllung kann er auch Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen; ist der Auftrag von einem Kaufmann im Rahmen seines Handelsgewerbes, einer juristischen Person des öffentlichen Rechts oder von einem öffentlich-rechtlichen Sondervermögen erteilt worden, so kann der Auftraggeber die Rückgängigmachung des Vertrages nur verlangen, wenn die erbrachte Leistung wegen Fehlschlagens der Nacherfüllung für ihn ohne Interesse ist. Soweit darüber hinaus Schadensersatzansprüche bestehen, gilt Nr. 9.

(2) Der Anspruch auf Beseitigung von Mängeln muß vom Auftraggeber unverzüglich schriftlich geltend gemacht werden. Ansprüche nach Abs. 1, die nicht auf einer vorsätzlichen Handlung beruhen, verjähren nach Ablauf eines Jahres ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn.

(3) Offenbare Unrichtigkeiten, wie z. B. Schreibfehler, Rechenfehler und formelle Mängel, die in einer beruflichen Äußerung (Bericht, Gutachten und dgl.) des Wirtschaftsprüfers enthalten sind, können jederzeit vom Wirtschaftsprüfer auch Dritten gegenüber berichtigt werden. Unrichtigkeiten, die geeignet sind, in der beruflichen Äußerung des Wirtschaftsprüfers enthaltene Ergebnisse in Frage zu stellen, berechtigen diesen, die Äußerung auch Dritten gegenüber zurückzunehmen. In den vorgenannten Fällen ist der Auftraggeber vom Wirtschaftsprüfer tunlichst vorher zu hören.

9. Haftung

(1) Für gesetzlich vorgeschriebene Prüfungen gilt die Haftungsbeschränkung des § 323 Abs. 2 HGB.

(2) Haftung bei Fahrlässigkeit, Einzelner Schadensfall

Falls weder Abs. 1 eingreift noch eine Regelung im Einzelfall besteht, ist die Haftung des Wirtschaftsprüfers für Schadensersatzansprüche jeder Art, mit Ausnahme von Schäden aus der Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit, bei einem fahrlässig verursachten einzelnen Schadensfall gem. § 54 a Abs. 1 Nr. 2 WPO auf 4 Mio. € beschränkt; dies gilt auch dann, wenn eine Haftung gegenüber einer anderen Person als dem Auftraggeber begründet sein sollte. Ein einzelner Schadensfall ist auch bezüglich eines aus mehreren Pflichtverletzungen stammenden einheitlichen Schadens gegeben. Der einzelne Schadensfall umfaßt sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlchem oder wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. In diesem Fall kann der Wirtschaftsprüfer nur bis zur Höhe von 5 Mio. € in Anspruch genommen werden. Die Begrenzung auf das Fünffache der Mindestversicherungssumme gilt nicht bei gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtprüfungen.

(3) Ausschlussfristen

Ein Schadensersatzanspruch kann nur innerhalb einer Ausschlussfrist von einem Jahr geltend gemacht werden, nachdem der Anspruchsberechtigte von dem Schaden und von dem anspruchsbegründenden Ereignis Kenntnis erlangt hat, spätestens aber innerhalb von 5 Jahren nach dem anspruchsbegründenden Ereignis. Der Anspruch erlischt, wenn nicht innerhalb einer Frist von sechs Monaten seit der schriftlichen Ablehnung der Ersatzleistung Klage erhoben wird und der Auftraggeber auf diese Folge hingewiesen wurde.

Das Recht, die Einrede der Verjährung geltend zu machen, bleibt unberührt. Die Sätze 1 bis 3 gelten auch bei gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen mit gesetzlicher Haftungsbeschränkung.

10 Ergänzende Bestimmungen für Prüfungsaufträge

(1) Eine nachträgliche Änderung oder Kürzung des durch den Wirtschaftsprüfer geprüften und mit einem Bestätigungsvermerk versehenen Abschlusses oder Lageberichts bedarf, auch wenn eine Veröffentlichung nicht stattfindet, der schriftlichen Einwilligung des Wirtschaftsprüfers. Hat der Wirtschaftsprüfer einen Bestätigungsvermerk nicht erteilt, so ist ein Hinweis auf die durch den Wirtschaftsprüfer durchgeführte Prüfung im Lagebericht oder an anderer für die Öffentlichkeit bestimmter Stelle nur mit schriftlicher Einwilligung des Wirtschaftsprüfers und mit dem von ihm genehmigten Wortlaut zulässig.

(2) Widerruft der Wirtschaftsprüfer den Bestätigungsvermerk, so darf der Bestätigungsvermerk nicht weiterverwendet werden. Hat der Auftraggeber den Bestätigungsvermerk bereits verwendet, so hat er auf Verlangen des Wirtschaftsprüfers den Widerruf bekanntzugeben.

(3) Der Auftraggeber hat Anspruch auf fünf Berichtsausfertigungen. Weitere Ausfertigungen werden besonders in Rechnung gestellt.

11. Ergänzende Bestimmungen für Hilfeleistung in Steuersachen

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, sowohl bei der Beratung in steuerlichen Einzelfragen als auch im Falle der Dauerberatung die vom Auftraggeber genannten Tatsachen, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig zugrunde zu legen; dies gilt auch für Buchführungsaufträge. Er hat jedoch den Auftraggeber auf von ihm festgestellte Unrichtigkeiten hinzuweisen.

(2) Der Steuerberatungsauftrag umfaßt nicht die zur Wahrung von Fristen erforderlichen Handlungen, es sei denn, daß der Wirtschaftsprüfer hierzu ausdrücklich den Auftrag übernommen hat. In diesem Falle hat der Auftraggeber dem Wirtschaftsprüfer alle für die Wahrung von Fristen wesentlichen Unterlagen, insbesondere Steuerbescheide, so rechtzeitig vorzulegen, daß dem Wirtschaftsprüfer eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht.

(3) Mangels einer anderweitigen schriftlichen Vereinbarung umfaßt die laufende Steuerberatung folgende, in die Vertragsdauer fallenden Tätigkeiten:

- a) Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie der Vermögensteuererklärungen, und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden Jahresabschlüsse und sonstiger, für die Besteuerung erforderlicher Aufstellungen und Nachweise
- b) Nachprüfung von Steuerbescheiden zu den unter a) genannten Steuern
- c) Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden
- d) Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern
- e) Mitwirkung in Einspruchs- und Beschwerdeverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Der Wirtschaftsprüfer berücksichtigt bei den vorgenannten Aufgaben die wesentliche veröffentlichte Rechtsprechung und Verwaltungsauffassung.

(4) Erhält der Wirtschaftsprüfer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter Abs. 3 d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(5) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen der Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Einheitsbewertung und Vermögensteuer sowie aller Fragen der Umsatzsteuer, Lohnsteuer, sonstigen Steuern und Abgaben erfolgt auf Grund eines besonderen Auftrages. Dies gilt auch für

- a) die Bearbeitung einmalig anfallender Steuerangelegenheiten, z. B. auf dem Gebiet der Erbschaftsteuer, Kapitalverkehrsteuer, Grunderwerbsteuer,
- b) die Mitwirkung und Vertretung in Verfahren vor den Gerichten der Finanz- und der Verwaltungsgerichtsbarkeit sowie in Steuerstrafsachen und
- c) die beratende und gutachtliche Tätigkeit im Zusammenhang mit Umwandlung, Verschmelzung, Kapitalerhöhung und -herabsetzung, Sanierung, Eintritt und Ausscheiden eines Gesellschafters, Betriebsveräußerung, Liquidation und dergleichen.

(6) Soweit auch die Ausarbeitung der Umsatzsteuerjahreserklärung als zusätzliche Tätigkeit übernommen wird, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Frage, ob alle in Betracht kommenden umsatzsteuerrechtlichen Vergünstigungen wahrgenommen worden sind. Eine Gewähr für die vollständige Erfassung der Unterlagen zur Geltendmachung des Vorsteuerabzuges wird nicht übernommen.

12. Schweigepflicht gegenüber Dritten, Datenschutz

(1) Der Wirtschaftsprüfer ist nach Maßgabe der Gesetze verpflichtet, über alle Tatsachen, die ihm im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, gleichviel, ob es sich dabei um den Auftraggeber selbst oder dessen Geschäftsverbindungen handelt, es sei denn, daß der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet.

(2) Der Wirtschaftsprüfer darf Berichte, Gutachten und sonstige schriftliche Äußerungen über die Ergebnisse seiner Tätigkeit Dritten nur mit Einwilligung des Auftraggebers aushändigen.

(3) Der Wirtschaftsprüfer ist befugt, ihm anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Zweckbestimmung des Auftraggebers zu verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten zu lassen.

13. Annahmeverzug und unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers

Kommt der Auftraggeber mit der Annahme der vom Wirtschaftsprüfer angebotenen Leistung in Verzug oder unterläßt der Auftraggeber eine ihm nach Nr. 3 oder sonst wie obliegende Mitwirkung, so ist der Wirtschaftsprüfer zur fristlosen Kündigung des Vertrages berechtigt. Unberührt bleibt der Anspruch des Wirtschaftsprüfers auf Ersatz der ihm durch den Verzug oder die unterlassene Mitwirkung des Auftraggebers entstandenen Mehraufwendungen sowie des verursachten Schadens, und zwar auch dann, wenn der Wirtschaftsprüfer von dem Kündigungsrecht keinen Gebrauch macht.

14. Vergütung

(1) Der Wirtschaftsprüfer hat neben seiner Gebühren- oder Honorarforderung Anspruch auf Erstattung seiner Auslagen; die Umsatzsteuer wird zusätzlich berechnet. Er kann angemessene Vorschüsse auf Vergütung und Auslagenersatz verlangen und die Auslieferung seiner Leistung von der vollen Befriedigung seiner Ansprüche abhängig machen. Mehrere Auftraggeber haften als Gesamtschuldner.

(2) Eine Aufrechnung gegen Forderungen des Wirtschaftsprüfers auf Vergütung und Auslagenersatz ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

15. Aufbewahrung und Herausgabe von Unterlagen

(1) Der Wirtschaftsprüfer bewahrt die im Zusammenhang mit der Erledigung eines Auftrages ihm übergebenen und von ihm selbst angefertigten Unterlagen sowie den über den Auftrag geführten Schriftwechsel zehn Jahre auf.

(2) Nach Befriedigung seiner Ansprüche aus dem Auftrag hat der Wirtschaftsprüfer auf Verlangen des Auftraggebers alle Unterlagen herauszugeben, die er aus Anlaß seiner Tätigkeit für den Auftrag von diesem oder für diesen erhalten hat. Dies gilt jedoch nicht für den Schriftwechsel zwischen dem Wirtschaftsprüfer und seinem Auftraggeber und für die Schriftstücke, die dieser bereits in Urschrift oder Abschrift besitzt. Der Wirtschaftsprüfer kann von Unterlagen, die er an den Auftraggeber zurückgibt, Abschriften oder Fotokopien anfertigen und zurückbehalten.

16. Anzuwendendes Recht

Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt nur deutsches Recht.

BLOWUP MEDIA GMBH KÖLN
BLANZ ZUM 31. DEZEMBER 2015

AKTIVA	31.12.2015	31.12.2014	PASSIVA	31.12.2015	31.12.2014
	EUR	EUR		EUR	EUR
ANLAGEVERMÖGEN			EIGENKAPITAL		
Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	365.836,20	33.757,18	Gezeichnetes Kapital	350.000,00	350.000,00
Sachanlagen			Kapitalrücklage	285.224,18	285.224,18
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	249.877,75	280.257,90	Gewinnvortrag	0,00	1.877.815,57
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	17.760,00	17.760,00	Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	317.356,41	-889.309,55
Finanzanlagen				952.680,59	1.623.731,20
Anteile an verbundenen Unternehmen	295.203,96	295.203,96	RÜCKSTELLUNGEN		
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	1.692.724,80	2.437.724,80	Steuerrückstellungen	29.319,27	363.801,20
	1.967.928,76	2.732.928,76	Sonstige Rückstellungen	3.044.976,61	2.740.901,45
	2.621.592,71	3.064.703,84		3.074.295,88	3.104.502,65
UMLAUFVERMÖGEN			VERBINDLICHKEITEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	860.512,39	332.938,39
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	303.570,68	15.511,18	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 860.512,39 (Vorjahr: EUR 332.938,19)		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	355.315,12	552.743,12	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	3.743.107,35	1.563.819,44
Sonstige Vermögensgegenstände	304.438,60	104.564,17	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 3.743.107,35 (Vorjahr: EUR 1.563.819,44)		
- davon mit einer Restlaufzeit größer ein Jahr: EUR 32.219,72 (Vorjahr: EUR 48.157,91)	953.324,40	672.818,47	- davon gegenüber Gesellschaftern: EUR 654,90 (Vorjahr: EUR 3.031,19)		
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	5.629.992,12	2.920.974,01	Sonstige Verbindlichkeiten	304.767,30	41.322,78
	6.493.316,52	3.593.792,48	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 304.767,30 (Vorjahr: EUR 41.322,78)		
	41.980,00	8.504,00	- davon aus Steuern: EUR 292.622,78 (Vorjahr: EUR 37.571,20)	4.998.387,04	1.938.080,61
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	41.980,00	8.504,00	RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	131.535,72	665,06
	9.156.799,23	6.667.000,32		9.156.799,23	6.667.000,32

V
KR
W

BLOWUP MEDIA GMBH, KÖLN

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2015

	<u>2015</u> EUR	<u>2014</u> EUR
Umsatzerlöse	9.015.448,78	10.283.886,71
Sonstige betriebliche Erträge	964.765,05	1.152.206,19
- davon Erträge aus der Währungsumrechnung EUR 217,94 (Vorjahr: EUR 0,18)		
Materialaufwand		
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	-597.254,67	-741.276,03
Aufwendungen für bezogene Leistungen	-4.483.277,85	-5.731.846,45
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-2.357.463,00	-2.752.958,97
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung	-281.042,63	-268.496,59
- davon für Altersversorgung: EUR -3.292,04 (Vorjahr: EUR -3.151,47)		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-162.978,27	-114.552,72
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.644.414,09	-1.618.633,84
- davon Aufwendungen aus der Währungsumrechnung EUR -10.017,73 (Vorjahr: EUR -162,40)		
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	32.869,84	39.133,73
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 32.869,84 (Vorjahr: EUR 39.133,73)		
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	93,70	1.179,49
- davon Erträge aus der Abzinsung: EUR 39,21 (Vorjahr: EUR 202,48)		
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	-877.065,00
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-40.401,95	-22.992,96
- davon an verbundene Unternehmen: EUR -25.446,88 (Vorjahr: EUR -4.194,02)		
- davon Aufwendungen aus der Aufzinsung EUR -9.382,69 (Vorjahr: EUR -5.523,90)		
<u>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</u>	<u>446.344,91</u>	<u>-651.416,44</u>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-127.739,56	-232.217,51
Sonstige Steuern	-1.248,94	-5.674,60
<u>Jahresüberschuss/-fehlbetrag</u>	<u>317.356,41</u>	<u>-889.308,55</u>

K
KR
MD

blowUP Media GmbH, Köln

Anhang für 2015

A. Allgemeine Hinweise

Die blowUP Media GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „Gesellschaft“ oder „BUM“) hat ihren Sitz in Köln und ist dort beim Amtsgericht im Handelsregister, Abteilung B, unter Nr. 28704 eingetragen.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des GmbHG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für kleine Kapitalgesellschaften. Die Erleichterungsvorschriften für kleine Kapitalgesellschaften sind in Anspruch genommen worden.

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 sind zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und werden, 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 sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten 3 bis 8 Jahre
- Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 bis 15 Jahre

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von EUR 150,00 sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde 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 resultieren Abschreibungen in Höhe von TEUR 7 (Vorjahr: TEUR 6).

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt, sofern keine außerplanmäßigen Abschreibungen wegen voraussichtlich dauernder Wertminderung erforderlich sind.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

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

Die **Steuerrückstellungen** und die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind 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 sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Als **Rechnungsabgrenzungsposten** werden auf der Passivseite Einnahmen vor dem Abschlussstichtag ausgewiesen, soweit sie Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der Ströer SE (vormals: Ströer Media SE; seit 1. März 2016: Ströer SE & Co. KGaA), Köln, (im Folgenden kurz „Ströer SE“) im Wege der Vollkonsolidierung einbezogen werden..

D. Erläuterungen zur Bilanz

1. Anlagevermögen

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

BLOWUP MEDIA GMBH KÖLN

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2016

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN				NETTOBUCHWERTE	
	1.1.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2015 EUR	1.1.2015 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2014 EUR
IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE										
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	593.581,33	374.105,00	0,00	967.686,33	559.824,15	41.925,98	0,00	601.750,13	385.936,20	33.757,18
SACHANLAGEN										
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.515.801,95	90.672,14	1.456,00	1.605.018,09	1.235.544,05	121.052,29	1.456,00	1.365.140,34	249.877,75	280.257,90
Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	17.760,00	0,00	0,00	17.760,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17.760,00	17.760,00
	1.533.561,95	90.672,14	1.456,00	1.622.778,09	1.235.544,05	121.052,29	1.456,00	1.365.140,34	267.637,75	298.017,90
FINANZANLAGEN										
Anteile an verbundenen Unternehmen	1.552.003,96	0,00	0,00	1.552.003,96	1.256.800,00	0,00	0,00	1.256.800,00	295.203,96	295.203,96
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	3.314.789,80	800.000,00	1.545.000,00	2.569.789,80	877.065,00	0,00	0,00	877.065,00	1.692.724,80	2.437.724,80
	4.866.793,76	800.000,00	1.545.000,00	4.121.793,76	2.133.865,00	0,00	0,00	2.133.865,00	1.987.928,76	2.732.928,76
	6.993.937,04	1.264.777,14	1.546.456,00	8.712.258,18	3.929.233,20	162.978,27	1.456,00	4.090.755,47	2.621.502,71	3.064.703,84

Handwritten initials and signatures: "KR", "MD", and a large signature.

a) Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten

Unter dem Posten entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten werden vor allem Gebrauchsschutzmusteranmeldungen und Patentanmeldungen ausgewiesen. Im Geschäftsjahr ist zudem ein Nutzungsrecht für eine Werbefläche mit einem LED-Videoboard in Höhe von TEUR 370 erworben worden.

b) Ausleihungen

Unter den Ausleihungen sind Darlehen an die Tochterunternehmen blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien, (im Folgenden kurze „BUM Espana“) in Höhe von TEUR 893 (Vorjahr: TEUR 993) und blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande, (im Folgenden kurz „BUM Benelux“) in Höhe von TEUR 800 (Vorjahr: TEUR 1.445) ausgewiesen.

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben überwiegend wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren vornehmlich aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

Die sonstigen Vermögensgegenstände enthalten vor allem Steuerforderungen in Höhe von TEUR 286 (Vorjahr: TEUR 94). Diese beinhalten eine Körperschaftsteuerforderung in Höhe von TEUR 32 (Vorjahr: TEUR 48), deren Laufzeit größer ein Jahr ist.

3. Eigenkapital

Zum Bilanzstichtag werden die Geschäftsanteile zu 100% von der Ströer SE gehalten.

Der Bilanzgewinn des Vorjahres in Höhe von EUR 988.507,02 wurde mit Gesellschafterbeschluss vom 10. Februar 2015 an die Gesellschafter entsprechend ihrer zu diesem Zeitpunkt bestehenden Beteiligungen am Stammkapital (Ströer SE (90%), Heinrich L. Leuters (5%), Werner Döker (5%)) ausgeschüttet.

4. Verbindlichkeiten

Die nicht besicherten Verbindlichkeiten haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von TEUR 3.743 (Vorjahr: TEUR 1.564) resultieren aus einem von der blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien, gewährten Darlehen in Höhe von TEUR 3.688 (Vorjahr: TEUR 1.560) sowie aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 55 (Vorjahr: TEUR 4).

D. Sonstige Angaben

1. Geschäftsführung

Die Mitglieder der Geschäftsführung sind:

Markus Stahmer, Ammersbek (seit dem 1. Juni 2015)

Werner Döker, Münster

Annette Katrin Robertson, Düsseldorf

Nils Nerkamp, Münster

Heinrich L. Leuters, Münster (bis zum 31. Juli 2015)

Die Gesellschaft wird durch Herrn Nils Nerkamp und Frau Annette Katrin Robertson jeweils einzeln und von den Herren Werner Döker und Markus Stahmer jeweils gemeinsam mit einem anderen Geschäftsführer vertreten.

Die Geschäftsführer üben ihre Tätigkeit als Geschäftsführer hauptberuflich aus.

2. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20 % beteiligt ist. Die Angabe der Kapitalanteile erfolgt in Übereinstimmung mit § 16 Abs. 4 AktG.

Gesellschaft	Anteile am Kapital 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahres- ergebnis 2015 TEUR
blowUP Media UK Ltd., London, Großbritannien	80,00	4.050	1.111
blowUP Media Espana S.A., Madrid, Spanien	80,00	-1.037	76
blowUP Media Benelux B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00	649	859
blowUP Media Belgium BVBA, Antwerpen, Belgien*	80,00	628	254

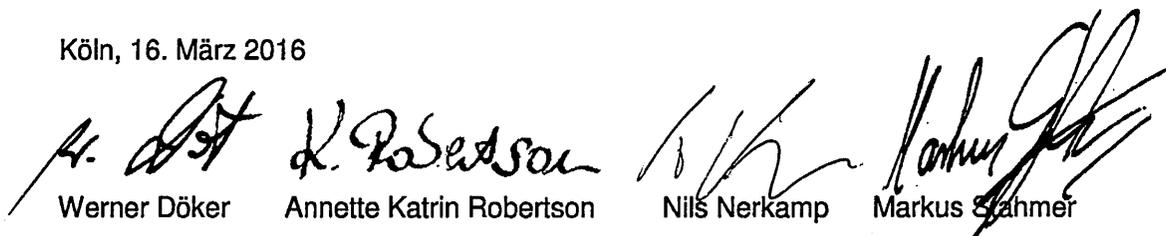
* = direkt werden 80 % der Anteile von der blowUP Media Benelux B.V. gehalten

3. Konzernverhältnisse

Der Jahresabschluss wird in den Konzernabschluss der Ströer SE einbezogen.

Zur Erstellung eines Konzernabschlusses war die BUM zum 31. Dezember 2015 nicht verpflichtet, da die Ströer SE in ihrer Eigenschaft als deutsche Konzernleitung zum 31. Dezember 2015 einen Konzernabschluss und Konzernlagebericht mit befreiender Wirkung für die BUM erstellt; dieser wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Köln, 16. März 2016


Werner Döker Annette Katrin Robertson Nils Nerkamp Markus Stahmer

Geschäftsführung

Jahresabschluss

zum

31. Dezember 2013

in EUR

T-Online Beteiligungs GmbH

T-Online-Allee 1, 64295 Darmstadt

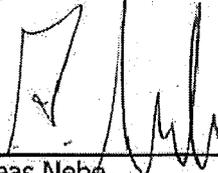
Schlussbemerkung

Der vorliegende Jahresabschluss zum 31. Dezember 2013 wurde aus den Büchern des Unternehmens unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und unter Anwendung zulässiger Bewertungsmethoden aufgestellt.

Er schließt mit einer Bilanzsumme von 23.062,32 € und weist ein Jahresergebnis in Höhe von -1.580,70 € aus.

Alle Finanzkonten sind durch entsprechende Auszüge zum 31. Dezember 2013 nachgewiesen.

Bonn, den 15.05.2014



Andreas Nebe



Friederike Vogel

T-Online Beteiligungs-GmbH
Bilanz zum 31. Dezember 2013

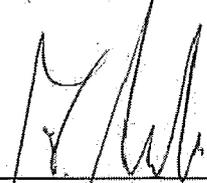
	31.12.2013 in EUR	31.12.2012 in EUR	Passiva	31.12.2013 in EUR	31.12.2012 in EUR
Aktiva			Passiva		
A. Anlagevermögen			A. Eigenkapital		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. gez. Kapital	25.000,00	25.000,00
Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	0,00	0,00	II. Kapitalrücklage	3.335,23	3.335,23
Summe Immaterielle Vermögensgegenstände	0,00	0,00	III. Gewinn/Verlustvortrag	-3.652,21	-2.330,95
II. Sachanlagen			IV. Jahresfehlbetrag	-1.560,70	-1.361,26
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	0,00	0,00	Summe Eigenkapital	23.062,32	24.643,02
1. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	0,00	B. Rückstellungen		
Summe Sachanlagen	0,00	0,00	1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	0,00	0,00
III. Finanzanlagen			2. Sonstige Rückstellungen	0,00	0,00
Beteiligungen	0,00	0,00	Summe Rückstellungen	0,00	0,00
Summe Finanzanlagen	0,00	0,00	C. Verbindlichkeiten		
Summe Anlagevermögen	0,00	0,00	1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,00	0,00
II. Vorräte			2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0,00	0,00
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,00	0,00	3. Sonstige Verbindlichkeiten	0,00	0,00
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	Summe Verbindlichkeiten	0,00	0,00
Summe Vorräte	0,00	0,00	D. Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	0,00
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,00	0,00			
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00	3.299,00			
3. Sonstige Vermögensgegenstände	0,00	0,00			
Summe Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	0,00	3.299,00			
III. Bank	23.062,32	21.344,02			
Summe Bank	23.062,32	21.344,02			
Summe Umlaufvermögen	23.062,32	24.643,02			
Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	0,00			
Summe Aktiva	23.062,32	24.643,02	Summe Passiva	23.062,32	24.643,02

T-Online Beteiligungs-GmbH
Gewinn- und Verlustrechnung zum 31. Dezember 2013

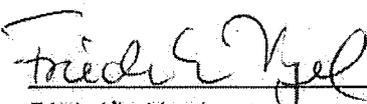
	31.12.2013	31.12.2012
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse	0,00	0,00
2. Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	0,00	0,00
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	0,00	0,00
4. Vertriebskosten	0,00	0,00
5. Allgemeine Verwaltungskosten	0,00	0,00
6. Sonstige betriebliche Erträge	0,00	0,00
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.580,70	-1.366,43
	1.580,70	1.366,43
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00	-6,96
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00
	0,00	-6,96
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-1.580,70	-1.359,47
11. Außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00
12. Sonstige Steuern	0,00	1,79
13. Aufgrund eines Ergebnisabführungsvertrags abgeführter Gewinn	0,00	0,00
14. Jahresfehlbetrag	-1.580,70	-1.361,26

Die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung wurde von uns geprüft und wird hiermit bestätigt.

Bonn, 15.05.2014



 Andreas Nebe



 Friederike Vogel

Jahresabschluss

zum

31. Dezember 2014

in EUR

T-Online Beteiligungs GmbH

T-Online-Allee 1, 64295 Darmstadt

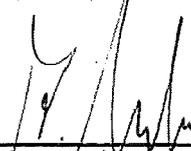
Schlussbemerkung

Der vorliegende Jahresabschluss zum 31. Dezember 2014 wurde aus den Büchern des Unternehmens unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften und unter Anwendung zulässiger Bewertungsmethoden aufgestellt.

Er schließt mit einer Bilanzsumme von 21.569,26 € und weist ein Jahresergebnis in Höhe von - 1.493,06 € aus.

Alle Finanzkonten sind durch entsprechende Auszüge zum 31. Dezember 2014 nachgewiesen.

Darmstadt, den 30.01.2015



Andreas Nebe



Friederike Vogel

T-Online Beteiligungs GmbH
Bilanz zum 31. Dezember 2014

Aktiva	31.12.2014 in EUR	31.12.2013 in EUR	Passiva	
			31.12.2014 in EUR	31.12.2013 in EUR
A. Anlagevermögen			A. Eigenkapital	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	0,00	0,00	I. gez. Kapital	25.000,00
Summe Immaterielle Vermögensgegenstände	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	II. Kapitalrücklage	3.335,23
II. Sachanlagen			III. Gewinn Verlustvortrag	-5.272,91
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	0,00	0,00	IV. Jahresfehlbetrag	-1.483,06
2. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	0,00	Summe Eigenkapital	<u>21.569,26</u>
Summe Sachanlagen	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	B. Rückstellungen	
III. Finanzanlagen			1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	0,00
Beteiligungen	0,00	0,00	2. Sonstige Rückstellungen	0,00
Summe Finanzanlagen	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	Summe Rückstellungen	<u>0,00</u>
Summe Anlagevermögen	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	C. Verbindlichkeiten	
B. Umlaufvermögen			1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,00
I. Vorräte			2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	0,00
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,00	0,00	3. Sonstige Verbindlichkeiten	0,00
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	Summe Verbindlichkeiten	<u>0,00</u>
Summe Vorräte	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	Rechnungsabgrenzungsposten	<u>0,00</u>
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,00	0,00		
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	0,00	0,00		
3. Sonstige Vermögensgegenstände	0,00	0,00		
Summe Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>		
III. Bank	21.569,26	23.062,32		
Summe Bank	<u>21.569,26</u>	<u>23.062,32</u>		
Summe Umlaufvermögen	<u>21.569,26</u>	<u>23.062,32</u>		
C. Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	0,00		
Summe Aktiva	<u>21.569,26</u>	<u>23.062,32</u>	Summe Passiva	<u>21.569,26</u>
				<u>23.062,32</u>

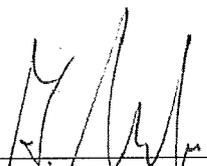
T-Online Beteiligungs GmbH

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 01.01.2014 bis 31.12.2014

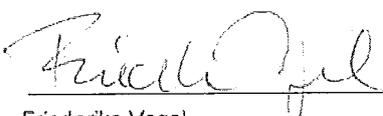
	31.12.2014	31.12.2013
	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse	0,00	0,00
2. Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	0,00	0,00
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>
4. Vertriebskosten	0,00	0,00
5. Allgemeine Verwaltungskosten	0,00	0,00
6. Sonstige betriebliche Erträge	0,00	0,00
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	1.494,20	1.580,70
	<u>1.494,20</u>	<u>1.580,70</u>
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	-1,14	0,00
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00
	<u>-1,14</u>	<u>0,00</u>
10. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	<u>-1.493,06</u>	<u>-1.580,70</u>
11. Außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00
12. Sonstige Steuern	0,00	0,00
13. Aufgrund eines Ergebnisabführungsvertrags abgeführter Gewinn	0,00	0,00
14. Jahresfehlbetrag	<u><u>-1.493,06</u></u>	<u><u>-1.580,70</u></u>

Die Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung wurde von uns geprüft und wird hiermit bestätigt.

Darmstadt, 30.01.2015



 Andreas Nebe



 Friederike Vogel

Testatsexemplar

Digital Media Products GmbH
(vormals T-Online Beteiligungs GmbH)
Darmstadt

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2015
und Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



Inhaltsverzeichnis

Seite

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015.....	1
Jahresabschluss zum 31. Dezember 2015.....	1
Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers.....	1

Digital Media Products GmbH
(vormals T-Online Beteiligungs GmbH)

Darmstadt

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015

Inhalt

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015 der Digital Media Products GmbH

3	Grundlagen des Unternehmens
4	Wirtschaftsbericht
4	Branchenbezogene Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf
5	Ertragslage
5	Vermögens- und Finanzlage
6	Finanzielle Leistungsindikatoren
6	Nachtragsbericht
7	Prognose-, Chancen- und Risikobericht
7	Prognosebericht
7	Risikobericht
8	Chancenbericht

Lagebericht

GRUNDLAGEN des Unternehmens

Der Geschäftszweck der Digital Media Products GmbH (ehemals T-Online Beteiligungs GmbH im Folgenden DMP oder Gesellschaft genannt) ist die Konzeption, die Entwicklung, der Betrieb und das Angebot von digitalen Diensten, Inhalten, Werbepläätzen und eCommerce-Angeboten auf Internet-Portalen und mobilen Applikationen sowie das Erbringen damit im Zusammenhang stehender Serviceleistungen.

Die DMP betreibt aktuell hauptsächlich die vier Geschäftsmodelle Online Advertising (Adsales), Suche, T-Online Shopping und die Vermarktung von Telekommunikationsprodukten der Telekom Deutschland GmbH, die im Folgenden kurz erläutert werden:

Beim Online Advertising bieten die digitalen Auftritte T-Online.de, Special Interest Verticals und die mobilen Applikationen Werbetreibenden die Möglichkeit auf den Angeboten des Portals Online- bzw. Mobile Werbung zu platzieren.

Zusätzlich dazu ist auf den digitalen Präsenzen eine Online-Suchfunktion in der Kopfzeile aller Portalseiten eingebettet („Websuche mit Google“). Die aufgeführten Suchergebnisse werden durch den Kooperationspartner Google dargestellt und lassen sich in Anzeigen-Suchergebnisse und Nicht-Anzeigen unterscheiden.

Beim T-Online Shopping sind zahlreiche Shopping-Kooperationspartner via Hyperlinks auf den Internetpräsenzen der T-Online.de integriert. Klickt ein User auf einen dieser Hyperlinks wird er an die Internetpräsenzen der Shopping-Kooperationspartner weitergeleitet.

Analog ist das Vorgehen beim Vermarkten von Telekommunikationsprodukten zu verstehen. Die Vergütung erfolgt nicht wie im Fall der Shopping-Kooperationspartner über ein Click-basiertes Vergütungsmodell, sondern über ein klassisches Provisionsmodell.

Die Digital Media Products GmbH ist in das Handelsregister beim Amtsgericht Darmstadt unter der Nr. HRB 85040 eingetragen. Alleinige Gesellschafterin ist die Ströer SE, Köln. Das Stammkapital beträgt 26.000,00 €.

Wirtschaftsbericht

Branchenbezogene Rahmenbedingungen und Geschäftsverlauf

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist 2015 in Deutschland um 1,7 % gewachsen, während sich 2014 ein Wachstum von 1,5% ergab¹. Der Umsatz im Markt für Digitale Medien in Deutschland hat sich von 1.855 Mio. € in 2014 auf 2.430 Mio. € in 2015 erhöht. Für das Jahr wird eine weitere Umsatzsteigerung auf 2.950 Mio. € erwartet.²

Die DMP GmbH hat sich 2015 in einem schwierigen Marktumfeld mit einem sehr guten finanziellen Ergebnis behauptet. Die Marktführerschaft konnte in 2015 erfolgreich verteidigt werden.

Das Umfeld ist dabei gekennzeichnet von einer zunehmenden Wanderung der User von webbasierten hin zu mobilen Angeboten. Dieser Trend betrifft auch die DMP, so dass einer Abnahme der Webnutzung, z.B. der Startseite von 8% eine Zunahme der mobilen Nutzung um 26% gegenüber steht. Schwierig ist an dieser Situation insbesondere, dass die realisierten Werbeumsätze im mobilen Umfeld deutlich unter den bisherigen Web-Umsätzen liegen. Aufgrund der hohen Abhängigkeit des Gesamtgeschäftes der DMP von der T-Online.de-Startseite betrifft diese Herausforderung nicht nur das Display-Werbegebiet, sondern auch die Geschäftsmodelle der Suche und des Shopping-Bereiches.

Eine weitere Herausforderung ist die Entwicklung im Werbemarkt, in dem sich eine gesamtwirtschaftlich hohe Volatilität widerspiegelt und in dem darüber hinaus die Konkurrenz von Facebook und Google (auch Youtube) sich immer stärker bemerkbar macht, indem Werbebudgets dahin verschoben werden.

Die DMP konnte sich aufgrund ihrer spezifischen Userstruktur und der Produktionsqualität in diesem Umfeld positiv herausheben, indem das Preisniveau (insbesondere der Startseite) stabil gehalten bzw. im Shopping sogar angehoben werden konnte. Auch die Suche konnte aufgrund schneller und kundenorientierter Anpassungen im Jahr 2015 über den Erwartungen abschließen. Im Marktangang wurden in der Jahresmitte neue Vermarktungsprodukte entwickelt und erfolgreich platziert, die insbesondere dem Web-Mobile-Shift Rechnung tragen. Solche Produkte wie zum Beispiel Bündelangebote wurden von InteractiveMedia CCSP GmbH (IAM) erfolgreich im Markt platziert und seitens der Kunden gut angenommen.

Dem Betriebsübergang der DMP aus der Deutschen Telekom AG, in die Digital Media Products GmbH zum 1.10.2015 haben 25 Mitarbeiter/Innen widersprochen. Dies wurde durch temporäre Umverteilung und Re-Priorisierung von Aufgaben kompensiert, was allerdings in einigen Bereichen (insbesondere der Redaktion) zu einer verstärkten Arbeitsbelastung führte. Der Betriebsübergang der ehemaligen DTAG Mitarbeiter auf die DMP und der anschließende Verkauf der DMP an die Ströer SE hatte nur geringen Einfluss auf das laufende Geschäft. Verträge und Leistungsbeziehungen sind sowohl beim Betriebsübergang an die DMP als auch beim Verkauf an die Ströer SE mit übergegangen und laufen mit identischen Konditionen weiter.

Nicht plangemäß verläuft das Geschäft mit der Deutschen Telekom AG: Hier wurden die Absätze und Erlöse aus dem Geschäft mit Produkten der Telekom Deutschland GmbH (TDG) auf Basis von Prognosen der TDG geplant, die nicht eingetreten sind. Entsprechend ging Umsatz in Größenordnung von 226 T€ im letzten Quartal verloren, der nicht kompensiert werden konnte.

Aus administrativen Gründen musste der für Dezember geplante Launch des T-Online Shops auf 2016 verschoben werden. Dieser erfolgt nun in Form einer eigenen Gesellschaft, der Ströer Digital Commerce GmbH und ist in Folge nicht mehr der DMP zuzuordnen.

Die Entwicklung der wesentlichen finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz und Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wird im folgenden Abschnitt dargestellt.

Am 31. Dezember 2015 waren bei der DMP 223 (31. Dezember 2014: 0) Mitarbeiter beschäftigt.

¹

https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2016/02/PD16_044_811.pdf.pdf;jsessionid=EF3EACA20624F1C010401ABDAD62D706.cae3?__blob=publicationFile

² <https://de.statista.com/outlook/200/137/digitale-medien/deutschland#market-revenue>

Ertragslage

In 2015 wurden Umsatzerlöse, als bedeutender finanzieller Leistungsindikator der Gesellschaft, in Höhe von 32.043,7 Tsd. € und somit um 3.562,5 Tsd. € über der Due Diligence (2014: 0 Tsd. €) erzielt, welche aus der Vermarktung eigener Online-/Internet-Portale sowie mobilen Applikationen resultieren.

Die sonstige betriebliche Erträge in Höhe von 409,3 Tsd. € (2014: 0 Tsd. €) beinhalten insbesondere Erträge aus dem Verkauf einer Erwerbsoption von 6.559 neuen Geschäftsanteilen im Nennbetrag von jeweils 1 € an der Lottohelden GmbH in Höhe von 304,5 Tsd. € an die Deutsche Telekom Venture Funds GmbH. Ein weiterer wesentlicher Anteil stellen Erträge aus Hosting & Entwicklungsleistungen in Höhe von 67,1 Tsd. € dar, die aus erbrachten Dienstleistungen gegenüber THE DIGITALE GmbH rühren.

Der Materialaufwand in Höhe von 1.762,1 Tsd. € (2014: 0 Tsd. €) resultiert insbesondere aus dem Einkauf von redaktionellen Inhalten (Content) in Höhe von 1.110,1 Tsd. € sowie Leistungen für den Betrieb von IT-Applikationen und -Infrastruktur in Höhe von 636,0 Tsd. €.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit beläuft sich für 2015 auf 9.558,0 Tsd. € (2014: 1,5 Tsd. €) ggü. 9.016,7 Tsd. € laut Due Diligence. Darin enthalten ist das Finanzergebnis mit -155,3 Tsd. € (2014: 0 Tsd. €), das im Wesentlichen durch die Aufzinsung der Pensionsrückstellungen in Höhe von 172,6 Tsd. € geprägt ist.

Vermögens- und Finanzlage

Die DMP GmbH finanziert sich ausschließlich aus eigenen Mitteln und weist zum 31. Dezember 2015 eine Liquidität I. Grades von 91,2 % aus.

Das Anlagevermögen hat sich von 0 Tsd. € im Vorjahr auf 14.898,1 Tsd. € zum Stichtag erhöht und besteht im Wesentlichen aus der Finanzanlage die die Anteile am verbundenen Unternehmen InteractiveMedia CCSP GmbH in Höhe von 13.491,5 Tsd. € beinhaltet. Die Veränderung betrifft im Wesentlichen die Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“. Investitionen wurden in 2015 in einem Umfang von 80,4 Tsd. € sowohl für Büro- und Geschäftsausstattung als auch für entgeltlich erworbene Lizenzen und ähnliche Rechte getätigt. Des Weiteren wurden 1.382,4 Tsd. € in das immaterielle Anlagevermögen in Form von selbsterstellten Weiterentwicklungen der technischen Plattformen wie das Content-Management-System und den T-Online Browser investiert, was jedoch nicht zu einer Aktivierung nach HGB geführt hat.

Das Umlaufvermögen ist von 21,6 Tsd. € zum 31. Dezember 2014 auf 46.223,9 Tsd. € zum 31. Dezember 2015 gestiegen. Es umfasst Forderungen aus LuL aus der Vermarktung eigener Online-/Internet-Portale sowie mobilen Applikationen in Höhe von 15.828,8 Tsd. € sowie Forderungen gegen verbundene Unternehmen, die sich zum einen aus einer Darlehens-Forderung gegen die Gesellschafterin, Ströer SE, in Höhe von 12.000 Tsd. € und zum anderen aus Forderungen aus LuL in Höhe von 7.870,0 Tsd. € zusammensetzt.

Das Eigenkapital stieg gegenüber dem Jahr 2014 von 21,6 Tsd. € auf 31.933,5 Tsd. €. Die Veränderung ergibt sich im Wesentlichen durch die Einbringung des Teilbetriebs „T-Online.de & Audience Products“ durch die ehemalige Gesellschafterin, der Deutschen Telekom AG, Bonn, in die Gesellschaft als Sacheinlage für die im Gegenzug das gezeichnete Kapital der Gesellschaft im Berichtsjahr durch Bildung und Übernahme 1.000 neuer Geschäftsanteile im Nennwert von je 1 € um 1 Tsd. € auf 26 Tsd. € erhöht wurde. Der den Betrag der übernommenen Anteile übersteigende Wert des auf die Gesellschaft zu Buchwerten übertragenen Reinvermögens in Höhe von 25.339,1 Tsd. € wurde der Kapitalrücklage zugeführt. Sämtliche Geschäftsanteile werden zum 31. Dezember 2015 von der Ströer SE gehalten.

Die Pensionsrückstellungen gegenüber Mitarbeitern betragen zum Stichtag 4.705,4 Tsd. € (31. Dezember 2014: 0 Tsd. €). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist ausschließlich auf die Einbringung des Geschäftsbereiches „T-Online.de & Audience Products“ zurückzuführen.

Bei den sonstigen Rückstellungen in Höhe von 7.622,1 Tsd. € handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Statusklagen (4.482,6 Tsd. €), welche Ansprüche für Entgeltausgleiche, Zuschläge und Betriebsrentenansprüche beinhalten sowie um Rückstellungen für ausstehende Rechnungen aus Lieferungen und Leistungen (2.417,3 Tsd. €) die aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stammen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen belaufen sich auf 2.687 Tsd. € (2014: 0 Tsd. €) und resultieren aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit.

Die DMP war bis 30. September 2015 in das Cash-Management der Deutschen Telekom AG eingebunden. Die flüssigen Mittel in Höhe von 10.318,1 Tsd. € (31. Dezember 2014: 21,6 Tsd. €) resultieren aus dem Ausgleich der am Stichtag bestehenden Forderungen im Rahmen des beendeten Cash-Managements durch die Deutsche Telekom.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Die zur Hauptsteuerung verwendeten finanziellen Leistungsindikatoren sind die Umsatzerlöse und das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Diese haben sich wie in den finanziellen Ergebnissen aufgezeigt über den Planwerten aus der Vendor Due Diligence entwickelt, die zur Verkaufsvorbereitung der DMP an die Ströer SE vorbereitet wurde.

Schwerpunktmäßig ergaben sich bessere Leistungswerte durch die Aufnahme der Vermarktung Email-Center und der Tarife & Produkte-Seiten in Höhe von 2.573 Tsd. € sowie ein über Plan liegendes Pricing Niveau der Suche, die einen Effekt von 355 Tsd. € begründet. Die Geschäftsleitung geht davon aus, dass die Asset-Zuordnung für das Folgejahr fortbesteht. Allerdings ist ein noch nicht abzuschätzendes Preisrisiko im sogenannten Web/ Mobile Shift anzunehmen, da Mobile Vermarktungsauftritte noch nicht das Niveau der Web-Vermarktung erreicht haben.

Nachtragsbericht

Ergebnisse nach dem Bilanzstichtag, die Bedeutung für das Geschäftsjahr 2015 haben, sind nicht eingetreten.

Prognose-, Chancen- und Risikobericht

Prognosebericht

Für das Jahr 2016 erwarten wir einen analogen Verlauf des Geschäftes wie in 2015. Wir gehen davon aus, dass die Reichweite im Web weiterhin unter Druck bleibt, so dass Gegenmaßnahmen über Marketing und SEO ergriffen werden müssen, die das Ergebnis belasten. Deutlich positive Ergebniseffekte erwarten wir aus dem Einsparprogramm „fit for future“, das Einsparungen über alle Bereiche hinweg erbringen soll. Fit for future basiert auf einer Analyse der Kosten in 2015 und daraus abgeleiteten Einsparpotentialen. Dadurch erwarten wir eine Steigerung des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 22% auf 40.115 Tsd. € gegenüber dem Vergleichswert für das gesamte Kalenderjahr 2015 von 32.890 Tsd. €. Der Umsatz wird mit 4,7% auf 109.317 Tsd. € (Kalenderjahr 2015: 104.416 Tsd. €) stabil wachsen, wie es einem etablierten Geschäft entspricht.

Da das hier betrachtete Geschäftsjahr 2015 durch die dingliche Einbringung zum 01. Oktober 2015 lediglich ein Rumpfgeschäftsjahr darstellt, beziehen sich die prognostizierten Wachstumsraten auf das reportierte Gesamtjahresergebnis 2015 des eingebrachten Teilbetriebs „T-Online.de & Audience Products“.

Sondereinflüsse in Form von Ergebnisbelastungen werden voraussichtlich durch den Abschluss der Integration in den Ströer-Konzern stattfinden: Im Laufe des Jahres 2016 werden Arbeitsplatzsysteme, Finanz- und Buchungssysteme sowie die HR-Systeme migriert. Parallel dazu wird ein Umzug des Rechenzentrums vorbereitet.

Im Detail gehen wir davon aus, dass wir in 2016 die Reichweite über alle Assets/Produkte der DMP halten können, dass aber nach wie vor eine Verschiebung der Nutzung zugunsten des Mobilkanals stattfinden wird. Durch verstärkte Vermarktung integrierter Produkte sowie im Einklang mit einer allgemeinen Marktentwicklung rechnen wir damit, dass die mobilen TKPs (Tausender-Kontaktpreis) sich erhöhen werden, während die TKPs im Web stabil bleiben. Durch die Synergien mit Ströer in der Vermarktung rechnen wir mit einem höheren Anteil an Agenturumsätzen und gehen nach ersten Prognosen davon aus, dass über Agenturvereinbarungen auch der Gesamtumsatz gesteigert werden kann. Im wichtigen Wachstumsbereich Bewegtbild erwarten wir – ebenfalls durch Synergien innerhalb Ströers – eine Steigerung von Auslastung und Umsatz. Parallel dazu planen wir eine Ausweitung des Angebotes und der Video-Abrufe.

Bei der Suche erwarten wir einen stärkeren Druck als in den Vorjahren auf die Preise, gehen aber nur von einem leicht rückläufigen Umsatz aus, da wir damit rechnen, dass die Nutzung der T-Online Suche unterproportional vom Web-Mobile-Shift betroffen ist.

Im Shopping-Bereich gehen wir davon aus, dass wir wie in den letzten Jahren die hervorragende Leistung durch Preisanhebungen belohnen können.

Insgesamt gehen wir von einer stabilen bis positiven Umsatzentwicklung und einer sehr positiven Gewinnentwicklung aus.

Die sehr positive Gewinnentwicklung geht hauptsächlich auf das Umsetzen eines Kosteneinsparprogrammes „fit for future“ des Ströer-Konzern zurück und konnte bereits im Geschäftsjahr 2015 für 2016 durch die Geschäftsleitung ein Kostenoptimierungspotenzial in Höhe von 12.057 Tsd. € identifiziert. Weitere EBITDA-Effekte werden sich durch das erhöhte Umsatzwachstum ergeben.

Risikobericht

Die DMP war im Geschäftsjahr 2015 bis zum Verkauf an die Ströer SE zum 02. November 2015 in das Risikomanagementsystem des Konzerns der Deutschen Telekom AG eingebunden. Das Risikomanagement ist darauf ausgerichtet, nicht nur mögliche Risiken frühzeitig zu erkennen und entsprechend entgegenzusteuern, sondern auch die sich bietenden Chancen zu nutzen, die Geschäftstätigkeit, Profitabilität und damit den Wert der DMP weiter zu steigern, indem das Konzept der wertorientierten Unternehmensführung eingesetzt wird. Nach dem Verkauf erfolgte die Einbindung in das Risikomanagementsystem des Konzerns Ströer.

Wesentliche oder bestandsgefährdende Risiken bezüglich der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage bestehen bei der DMP derzeit nicht und sind nicht absehbar. Relevante Geschäftsrisiken ergeben sich lediglich durch die Marktlage und lassen für die folgenden Themen relevante Preisrisiken für DMP erwarten und notwendige Gegensteuerungsmaßnahmen einleiten:

Web/ Mobile Shift – derzeit ist ein Trend erkennbar, der eine deutliche Steigerung der derzeitigen Mobile-Nutzung erwarten lässt. Die Haupt-Monetarisierung erfolgt durch Premium-Vermarktung auf den Web-Auftritten, die durch einen Shift zur geringeren Mobile-Monetarisierung ein Umsatz-Risiko zwischen 5-10 Mio. € erzeugen kann. Der Web/ Mobile Shift wird mit 50-75% als ernste Bedrohung betrachtet.

Ein weiteres Risiko ergibt sich durch die aktuelle Verbreitung von sogenannten Adblockern, welche die Ausspielung von Werbemitteln durch Browser-Technologien auf den Websites verhindern und damit die Monetarisierung durch Werbefinanzierung blockieren. Dieses Risiko hat die Gesellschaft auf Basis der bisherigen Entwicklung mit 1-2 Mio. € kalkuliert. Durch die eingeleiteten Gegenmaßnahmen wird das Risiko noch mit 25-50% bewertet.

Im Rahmen der Integration in die Ströer SE wird die integrale Vernetzung der DMP mit der IAM sukzessive aufgelöst und in die Ströer-Einheiten überführt. Dadurch sieht die Gesellschaft Qualitätsverluste in der Zusammenarbeit durch Änderung der Fokussierung und Priorisierung der handelnden Personen. Dieses Risiko beläuft sich gemäß Abschätzung der Gesellschaft bei 3,5 Mio. €. Das Risiko bewertet die Gesellschaft mit 25-50%.

Sämtliche Risiken wurden in das Risk Inventory folgend der Meldegrenzen des Risikomanagementsystems des Konzerns Ströer SE gemeldet.

Die Gesellschaft hat noch derzeit laufende Statusklagen ggü. den ehemals freien, jetzt festen Mitarbeiter bezüglich der Dauer ihrer Betriebszugehörigkeit. Entsprechende Rückstellungen wurden gebildet und mehrfach durch den Verlauf der Vereinbarungen erhöht. Das Risiko kann gemäß SPA an die Deutsche Telekom AG weitergegeben werden.

Weitere offene Rechtsverfahren sind der Gesellschaft nicht bekannt und werden auch nicht erwartet.

Chancenbericht

Das Erkennen und der Umgang mit Chancen sind Bestandteil der strategischen Unternehmensführung. Durch die Integration in den Ströer Konzern wird mit deutlichen Wachstums- und Synergie-Potentialen für die DMP gerechnet und so mit einer Wertsteigerung der Gesellschaft innerhalb des neuen Konzernverbundes.

Insbesondere vor dem Hintergrund der in 2016 startenden Out-of-Home Platzierung der DMP Produkte t-online.de, wetter.info und ggfs. Herzrasen gehen wir von einer positiven Entwicklung der awareness für die T Online als Medienangebot aus. Auch durch die Kooperation mit den Ströer Beteiligungen FaceAdNet und Kissmy Ads gehen wir von einem positiven Impact auf unsere Reichweite aus. Die gestarteten Initiativen gegen Adblocker und die Entwicklung einer neuen Redaktionssteuerung werden bei Wirksamkeit unmittelbare Umsatz- und Ergebniseffekte haben.

Im Zuge der Vermarktungssynergien rechnen wir mit einem erhöhten Volumen von Agenturaufträgen.

DIGITAL MEDIA PRODUCTS GMBH
(VORMALS T-ONLINE BETEILIGUNGS GMBH)
DARMSTADT

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2015

INHALT

JAHRESABSCHLUSS DER DIGITAL MEDIA PRODUCTS GMBH

3	Bilanz
4	Gewinn- und Verlustrechnung
5	Anhang
5	Grundlagen und Methoden
9	Erläuterungen zur Bilanz
15	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
19	Sonstige Angaben

BILANZ

in €	Anmerkung	31.12.2015	31.12.2014
AKTIVA			
ANLAGEVERMÖGEN			
	1		
Immaterielle Vermögensgegenstände		1.247.598,00	0,00
Sachanlagen		159.025,40	0,00
Finanzanlagen		13.491.500,00	0,00
		14.898.123,40	0,00
UMLAUFVERMÖGEN			
Forderungen	2	35.716.139,64	0,00
Sonstige Vermögensgegenstände	3	189.720,32	0,00
Flüssige Mittel	4	10.318.088,11	21.569,26
		46.223.948,07	21.569,26
BILANZSUMME		61.122.071,47	21.569,26
PASSIVA			
EIGENKAPITAL			
	5		
Gezeichnetes Kapital		26.000,00	25.000,00
Kapitalrücklage		25.339.145,10	3.335,23
Verlustvortrag		(6.765,97)	(5.272,91)
Jahresüberschuß/Jahresfehlbetrag		6.575.087,79	(1.493,06)
		31.933.466,92	21.569,26
RÜCKSTELLUNGEN			
Rückstellungen für Pensionen	6	4.705.405,00	0,00
Steuerrückstellungen	7	2.982.927,19	0,00
Sonstige Rückstellungen	8	7.622.127,70	0,00
		15.310.459,89	0,00
VERBINDLICHKEITEN	9	13.854.238,15	0,00
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		23.906,52	0,00
BILANZSUMME		61.122.071,47	21.569,26

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in €	Anmerkung	2015	2014
Umsatzerlöse	11	32.043.689,04	0,00
GESAMTLEISTUNG		32.043.689,04	0,00
Sonstige betriebliche Erträge	12	409.287,47	0,00
Materialaufwand	13	(1.762.119,11)	0,00
Personalaufwand	14	(5.847.219,63)	0,00
Abschreibungen	15	(311.761,96)	0,00
Sonstige betriebliche Aufwendungen	16	(14.818.596,73)	(1.494,20)
Finanzergebnis	17	(155.264,10)	1,14
ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT		9.558.014,98	(1.493,06)
Steuern	18	(2.982.927,19)	0,00
JAHRESÜBERSCHUSS/JAHRESFEHLBETRAG	19	6.575.087,79	(1.493,06)

ANHANG

GRUNDLAGEN UND METHODEN

BESCHREIBUNG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Die Digital Media Products GmbH, Darmstadt (vormals T-Online Beteiligungs GmbH, Darmstadt; im Nachfolgenden DMP oder Gesellschaft genannt), betätigt sich im Bereich der Vermarktung von Digitalen Werbeplätzen. Gegenstand der Geschäftstätigkeit des Unternehmens war es bis zum 2. Juni 2015 Online-/Internet-Angebote von Dritten zu vermarkten, eigene Online-/Internet-Inhalte zu generieren, elektronische Plattformen für die Vermarktung von Online-/Internetangeboten weiter zu entwickeln sowie alle Handlungen, Maßnahmen und Geschäfte durchzuführen, die mit dem vor bezeichneten Gegenstand in unmittelbarem Zusammenhang stehen. Ihre Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf das In- und Ausland.

Mit Gesellschafterbeschluss vom 3. Juni 2015 wurde die Firma der Gesellschaft von T-Online Beteiligungs GmbH, Darmstadt in Digital Media Products GmbH, Darmstadt, umbenannt. Gleichzeitig wurde der Gegenstand des Unternehmens wie folgt geändert:

Gegenstand des Unternehmens ist seitdem die Konzeptionierung, Entwicklung, der Betrieb und das Angebot von digitalen Diensten, Inhalten, Werbeplätzen und eCommerce-Angeboten auf Internet-Portalen und mobilen Applikationen sowie das Erbringen damit im Zusammenhang stehender Serviceleistungen.

Die Änderungen des Gesellschaftsvertrages wurden am 24. Juni 2015 in das Handelsregister eingetragen.

Die Digital Media Products GmbH ist in das Handelsregister beim Amtsgericht Darmstadt unter der Nr. HRB 85040 eingetragen. Alleinige Gesellschafterin ist die Ströer SE, Köln. Das Stammkapital beträgt 26.000,00 €.

Die Gesellschaft ist ein verbundenes Unternehmen der Ströer SE, Köln, i.S.d § 271 Abs. 2 HGB. Der Jahresabschluss der DMP wird in den Konzernabschluss der Ströer SE als Mutterunternehmen einbezogen. Die Ströer SE stellt den Konzernabschluss für den größten und gleichzeitig kleinsten Kreis von Unternehmen auf, in die die Gesellschaft einbezogen ist. Die Aufstellung des Konzernabschlusses der Ströer SE erfolgt nach § 315a HGB unter Anwendung EU-konformer International Financial Reporting Standards (IFRS) und hat gemäß § 291 Abs. 1 und 2 HGB befreiende Wirkung für die DMP. Der Konzernabschluss wird im Bundesanzeiger veröffentlicht und ist ferner über die Internetseite des Unternehmensregisters der Ströer SE zugänglich. Auf die Aufstellung eines eigenen Konzernabschlusses wird gemäß § 291 Abs. 1 und 2 HGB verzichtet.

Aufgrund des Einbringungsvertrages zwischen der DMP und der Deutsche Telekom AG, Bonn, vom 24. September 2015 wurde der „Geschäftsbereich T-Online.de & Audience Products“ der Deutsche Telekom AG mit rechtlicher und dinglicher Wirkung zum 01. Oktober 2015 in die DMP eingebracht. Die DMP war zu diesem Zeitpunkt eine 100%-ige Beteiligung der Deutschen Telekom AG.

Mit rechtlicher Wirkung zum 02. November 2015, 0.00 Uhr, hat die Deutsche Telekom AG sämtliche Anteile an der DMP an die Ströer SE mit Kaufvertrag vom 12./13. August 2015 veräußert.

VERGLEICHBARKEIT MIT VORJAHRESZAHLEN AUF GRUND ORGANISATORISCHER VERÄNDERUNGEN.

Gemäß § 265 Abs. 2 S. 1 HGB wurden für die Bilanz zum 31. Dezember 2015 und die Gewinn- und Verlustrechnung für den Zeitraum vom 01. Januar bis 31. Dezember 2015 die Beträge des vorangegangenen Geschäftsjahres der Gesellschaft angegeben.

Aufgrund der beschriebenen Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“ ist die Vergleichbarkeit der Vorjahresbeträge nicht gegeben (§ 265 Abs. 2 S.2 HGB). Die Vorjahreszahlen wurden nicht angepasst (§ 265 Abs. 2 S. 3 HGB). Soweit die Auswirkungen der Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“ wesentlich und für ein besseres Verständnis der Geschäftszahlen erforderlich sind, werden sie bei der Erläuterung der einzelnen Bilanz- und GuV-Posten dargestellt.

Damit ergibt sich folgende Einbringungsbilanz zum 1. Oktober 2015:

in €		01.10.2015
AKTIVA		
ANLAGEVERMÖGEN		
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Entgeltlich erworbene Lizenzen	1.404.863,00	
Geleistete Anzahlungen	354.497,43	
		1.759.360,43
Sachanlagen		
Andere Betriebs- und Geschäftsausstattung		161.644,00
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen		13.491.500,00
UMLAUFVERMÖGEN		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.589.505,29	
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	4.927.826,32	
Sonstige Vermögensgegenstände	31.540,04	
		17.548.871,65
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
		266.618,44
SUMME AKTIVA		33.227.994,52
PASSIVA		
EIGENKAPITAL		
		12.829.809,87
RÜCKSTELLUNGEN		
Rückstellungen für Pensionen		4.378.248,00
Sonstige Rückstellungen		7.047.533,28
		11.425.781,28
VERBINDLICHKEITEN		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		2.564.845,50
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		5.735.922,26
Sonstige Verbindlichkeiten		665.260,49
		8.966.028,25
RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		
		6.375,12
SUMME PASSIVA		33.227.994,52

GRUNDLAGEN DER BILANZIERUNG

Der Jahresabschluss der DMP wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) für mittelgroße Kapitalgesellschaften i.S.d. § 267 Abs. 3 HGB sowie nach dem Gesetz betreffend die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHG) aufgestellt.

Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung entsprechen den Gliederungsvorschriften der §§ 266 und 275 HGB, wobei die Gewinn- und Verlustrechnung gemäß § 275 Abs. 2 HGB nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert ist. Der Ausweis erfolgt in Euro (€), sofern nichts anderes angegeben wird. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Soweit zur Verbesserung der Klarheit und Übersichtlichkeit in Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung einzelne Posten zusammengefasst werden, erfolgt ein getrennter Ausweis im Anhang. Erforderliche Zusatzangaben für einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgen ebenfalls im Anhang.

Die durch das Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRUG) vom 17. Juli 2015 geänderten Vorschriften des HGB werden gemäß Art. 75 Abs. 1 EGHGB erstmals für das nach dem 31. Dezember 2015 beginnende Geschäftsjahr angewendet. Von dem Wahlrecht einer vorzeitigen Anwendung einzelner Vorschriften gemäß Art. 75 Abs. 2 EGHGB macht die Gesellschaft keinen Gebrauch. Die im Bericht zitierten Vorschriften des HGB beziehen sich auf die bis zum 23. Juli 2015 (vor Inkrafttreten des BilRUG) geltende Fassung.

BILANZIERUNG UND BEWERTUNG

Entgeltlich erworbene **immaterielle Vermögensgegenstände** werden mit ihren Anschaffungskosten bewertet und planmäßig über die jeweilige Nutzungsdauer abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert erfolgen bei voraussichtlich dauernder Wertminderung.

Die DMP übt das Wahlrecht gemäß § 248 Abs. 2 HGB zur Aktivierung selbst geschaffener immaterieller Vermögensgegenstände nicht aus.

Das **Sachanlagevermögen** wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert erfolgen bei voraussichtlich dauernder Wertminderung.

Die **planmäßigen Abschreibungen** werden grundsätzlich linear vorgenommen. Die dabei zugrunde gelegten betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauern basieren auf einer betriebsindividuellen Einschätzung, die sowohl technische als auch wirtschaftliche Entwertungsfaktoren berücksichtigt.

Entfallen die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung in den Folgejahren teilweise oder ganz, erfolgt eine Zuschreibung in Höhe der eingetretenen Wertaufholung, höchstens jedoch bis zu dem Wert, der sich ohne Vornahme der außerplanmäßigen Abschreibung ergeben hätte.

Im Wesentlichen liegen den planmäßigen Abschreibungen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

	Jahre
Sonstige Nutzungsrechte und Lizenzen	Individuell
Software	3-4
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3-8

Die Zugänge zu beweglichen Vermögensgegenständen des Sachanlagevermögens werden ab dem Zugangsjahr pro rata temporis abgeschrieben.

Seit dem 1. Januar 2008 werden Vermögensgegenstände, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten nicht mehr als 150 € betragen, im Zugangsjahr sofort abgeschrieben. Betragen die Anschaffungs- oder Herstellungskosten mehr als 150 €, aber nicht mehr als 1 000 €, werden die Vermögensgegenstände in jährlichen Sammelposten, die insgesamt von untergeordneter Bedeutung sind, aktiviert und über einen Zeitraum von fünf Jahren planmäßig abgeschrieben. Mit dem Zeitpunkt der vollständigen Abschreibung werden diese Vermögensgegenstände im Anlagespiegel als Abgang ausgewiesen. Das steuerliche Sammelpostenverfahren wird aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewendet.

Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden bei Verkauf oder sonstigem Abgang mit ihren jeweiligen Buchwerten (Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten Abschreibungen) ausgebucht. In Höhe des Unterschieds zwischen dem Verkaufserlös und dem Buchwert des Vermögensgegenstands wird ein Gewinn oder Verlust aus Anlageabgang ergebniswirksam berücksichtigt.

Die **Finanzanlagen** werden zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert. Bei Beteiligungserwerben in Fremdwährung wird zur Ermittlung der Anschaffungskosten der Tageskurs und bei Kurssicherungen der Sicherungskurs der im Vorhinein beschafften Devisen zugrunde gelegt, soweit eine wirksame Bewertungseinheit gebildet wurde. Die Ausleihungen entsprechen den gewährten Darlehensbeträgen, vermindert um Tilgungen und – soweit erforderlich – um Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert. Außerplanmäßige Abschreibungen werden auf Vermögensgegenstände des Anlagevermögens nur bei voraussichtlich dauernder Wertminderung vorgenommen.

Forderungen, sonstige Vermögensgegenstände und flüssige Mittel werden zum Nennbetrag angesetzt. Einzelrisiken werden durch angemessene Wertberichtigungen und das allgemeine Ausfallrisiko durch eine Pauschalwertberichtigung auf den Forderungsbestand berücksichtigt. Niedrig- bzw. unverzinsliche Positionen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden abgezinst.

Auf fremde Währung lautende Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden gemäß § 256a HGB zum Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag umgerechnet und unter Beachtung des Anschaffungskostenprinzips (§ 253 Abs. 1 S. 1 HGB) und des Realisationsprinzips (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 HS. 2 HGB) bewertet. Kurzfristige Posten mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr werden gemäß § 256a HGB mit dem Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

Rückstellungen für Pensionen ergeben sich aus Verpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern. Sie werden nach versicherungsmathematischen Grundsätzen nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren unter Berücksichtigung der Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck ermittelt. Dabei werden auch künftig zu erwartende Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Der Zinssatz zur Ermittlung des Barwerts der Pensionsverpflichtungen entspricht dem von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Jahre, der sich bei einer angenommenen Restlaufzeit von 15 Jahren ergibt (§ 253 Abs. 2 S. 2 HGB).

Die **Steuerrückstellungen** sowie die **sonstigen Rückstellungen** werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags angesetzt. Bei der Bemessung dieser Rückstellungen wird allen erkennbaren Risiken angemessen Rechnung getragen. Die zu erwartenden zwischenzeitlichen Preis- und Kostensteigerungen werden berücksichtigt.

Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden zum Stichtag mit dem von der Deutschen Bundesbank bekanntgegebenen Zinssatz abgezinst. Als Zinssatz wird der durchschnittliche laufzeitadäquate Marktzinssatz der vergangenen sieben Geschäftsjahre verwendet.

Verbindlichkeiten werden zum Erfüllungsbetrag bilanziert. Verbindlichkeiten, die auf fremde Währung lauten, werden gemäß § 256a HGB zum Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag umgerechnet und unter Beachtung des Anschaffungskostenprinzips (§ 253 Abs. 1 S. 1 HGB) und des Realisationsprinzips (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 HS. 2 HGB) bewertet. Kurzfristige Posten mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr werden gemäß § 256a HGB mit dem Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

Als **Umsatzerlöse** werden alle Erlöse ausgewiesen, die im Zusammenhang mit der Erbringung von unternehmenstypischen Dienstleistungen anfallen und damit aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der DMP resultieren. Dies betrifft im Wesentlichen Erlöse aus der Vermarktung eigener Online-/Internet-Portale sowie mobilen Applikationen.

Der Ausweis der Umsatzerlöse erfolgt ohne Umsatzsteuer und um Erlösschmälerungen gekürzt. Entsprechend dem Realisationsprinzip erfolgt eine periodengerechte Erfassung.

Die **Aufwendungen für Altersversorgung** umfassen Aufwendungen im Rahmen der Dotierung der Pensionsrückstellungen für die beschäftigten Arbeitnehmer.

ERMESSENSSPIELRÄUME

Bei der Aufstellung des Abschlusses muss die Gesellschaft Einschätzungen vornehmen und Annahmen treffen, welche die Ansätze der Vermögensgegenstände und Schulden, die Angabe von Risiken und Unsicherheiten bezüglich der angesetzten Vermögensgegenstände und Schulden zum Abschlussstichtag sowie die Aufwendungen und Erträge für den Berichtszeitraum beeinflussen. Die tatsächlichen Ergebnisse können von diesen Einschätzungen abweichen.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

1 ANLAGEVERMÖGEN

Der Anstieg im Anlagevermögen resultiert im Wesentlichen aus der Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“.

Die **immateriellen Vermögensgegenstände** beinhalten entgeltlich erworbene Lizenzen und Nutzungsrechte. Hierbei handelt es sich um Lizenzen in Höhe von 1.219.063,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) und um Nutzungsrechte an Individual- und Standard-Software in Höhe von 28.535,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €).

Die Zugänge zu den immateriellen Vermögensgegenständen belaufen sich im Geschäftsjahr auf insgesamt 1.823.447,86 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) und resultieren im Wesentlichen aus der Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“ in Höhe von 1.759.360,43 €.

Das **Sachanlagevermögen** in Höhe von 159.025,40 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) umfasst im Wesentlichen Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 157.454,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €). Die Zugänge im Sachanlagevermögen in Höhe von 177.982,50 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) resultieren im Wesentlichen aus der Einbringung des Geschäftsbereichs „T-Online.de & Audience Products“ in Höhe von 161.644,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €).

Die **Finanzanlagen** beinhalten die Anteile am verbundenen Unternehmen InteractiveMedia CCSP GmbH in Höhe von 13.491.500,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €)

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes gemäß § 285 Nr. 11 HGB wird unter Anmerkung 24 aufgeführt.

Anlagespiegel

	Anschaffungs- oder Herstellungskosten					Stand 31.12.2015
	Stand 1.1.2015	Zugänge	Zugänge im Rahmen der Einbringung	Abgänge	Umb- chungen	
in €						
I. IMMATERIELLE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE						
1. Entgeltlich erworbene Lizenzen und ähnliche Rechte	0,00	64.087,43	1.404.863,00	(358.595,11)	354.497,43	1.464.852,75
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	354.497,43	0,00	-354.497,43	0,00
	0,00	64.087,43	1.759.360,43	(358.595,11)	0,00	1.464.852,75
II. SACHANLAGEN						
1. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	0,00	5.019,23	161.644,00	(222,76)	9.747,87	176.188,34
2. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	11.319,27	0,00	0,00	(9.747,87)	1.571,40
	0,00	16.328,50	161.644,00	(222,76)	0,00	177.759,74
III. FINANZANLAGEN						
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	0,00	13.491.500,00	0,00	0,00	13.491.500,00
SUMME ANLAGEVERMÖGEN	0,00	80.415,93	15.412.504,43	(358.817,87)	0,00	15.134.112,49

Stand 1.1.2015	Abschreibungen			Buchwert		
	Zugänge	Zugänge im Rahmen der Einbringung	Abgänge	Stand 31.12.2015	Stand 31.12.2015	Stand 31.12.2014
0,00	(292.804,86)	0,00	75.550,11	(217.254,75)	1.247.598,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
0,00	(292.804,86)	0,00	75.550,11	(217.254,75)	1.247.598,00	
0,00	(18.957,10)	0,00	222,76	(18.734,34)	157.454,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.571,40	0,00
0,00	(18.957,10)	0,00	222,76	(18.734,34)	159.025,40	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.491.500,00	0,00
0,00	(311.761,96)	0,00	75.772,87	(235.989,09)	14.898.123,40	0,00

2 FORDERUNGEN

in €	31.12.2015	31.12.2014
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	15.828.801,68	0,00
davon: mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 0,00 € (31.12.2014: 0,00 €)		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	19.887.337,96	0,00
davon: mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr 0,00 € (31.12.2014: 0,00 €)		
	35.716.139,64	0,00

Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** umfassen Forderungen aus der Vermarktung eigener Online-/Internet-Portale sowie mobilen Applikationen.

Die **Forderungen gegen verbundene Unternehmen** beinhalten im Berichtsjahr Forderungen gegen die Gesellschafterin, die Ströer SE, in Höhe von 12.017.358,90 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) resultierend aus einem Darlehensvertrag sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 7.869.979,06 € (31. Dezember 2014: 0,00 €).

3 SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE

in €	31.12.2015	31.12.2014
Umsatzsteuererstattungsanspruch	143.595,99	0,00
Guthaben bei Lieferanten	24.449,33	0,00
Forderungen aus Kostenerstattungen	10.968,48	0,00
Forderungen gegen Mitarbeiter	10.454,12	0,00
Übrige sonstige Vermögensgegenstände	252,40	0,00
	189.720,32	0,00

Unter den **Guthaben von Lieferanten** werden im Wesentlichen Gutschriften sowie Erstattungsanforderungen gegenüber Lieferanten ausgewiesen.

Bei den **Forderungen gegenüber Mitarbeitern** handelt es sich im Wesentlichen um Gehaltsvorschüsse in Höhe von 5.100,00€ (31. Dezember 2014: 0,00 €) sowie um Rückforderungen aus Gehaltsüberzahlungen in Höhe von 4.618,13€ (31. Dezember 2014: 0,00 €).

Die in den sonstigen Vermögensgegenständen enthaltenen Forderungen haben eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

4 FLÜSSIGE MITTEL

in €	31.12.2015	31.12.2014
Guthaben bei Kreditinstituten	10.318.088,11	21.569,26
	10.318.088,11	21.569,26

Der Anstieg der **Guthaben bei Kreditinstituten** ist im Wesentlichen auf die Erhöhung der Kapitalrücklage durch Bareinlage in Höhe von 15.000.000,00 € mit Gesellschafterbeschluss vom 01. Oktober 2015 zurückzuführen. Mit Gesellschafterbeschluss vom 28. Oktober 2015 wurde ein Teil dieser Bareinlage in Höhe von 2.500.000,00 € an die damalige Gesellschafterin, die Deutsche Telekom AG, zurückgezahlt.

Die Gesamtlaufrzeit der flüssigen Mittel beträgt weniger als 3 Monate.

5 EIGENKAPITAL

in €	31.12.2015	31.12.2014
Gezeichnetes Kapital	26.000,00	25.000,00
Kapitalrücklage	25.339.145,10	3.335,23
Bilanzgewinn	6.568.321,82	-6.765,97
Eigenkapital	31.933.466,92	21.569,26

Das Eigenkapital stieg gegenüber dem Jahr 2014 um 31.911.897,66 € an. Die Veränderungen werden im Folgenden erläutert.

Das **gezeichnete Kapital** der DMP beträgt zum 31. Dezember 2015 26.000,00 €. Sämtliche Gesellschaftsanteile werden von der Ströer SE gehalten. Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft wurde im Berichtsjahr durch Bildung 1.000 neuer Geschäftsanteile im Nennwert von je 1,00 € um 1.000,00 € erhöht. Sämtliche neue Anteile wurden von der ehemaligen Gesellschafterin, der Deutschen Telekom AG, Bonn, übernommen. Im Gegenzug hat diese ihren Teilbetrieb „T-Online.de & Audience Products“ in die Gesellschaft als Sacheinlage eingebracht. Der den Betrag der übernommenen Anteile übersteigende Wert des auf die Gesellschaft zu Buchwerten übertragenen Reinvermögens wurde der Kapitalrücklage zugeführt (s. unten).

Die **Kapitalrücklage** hat sich im Kalenderjahr wie folgt entwickelt:

	Datum	in €
Anfangsbestand		3.335,23
Erhöhung der Kapitalrücklage durch Bareinlage	19.01.2015	5.000,00
Erhöhung der Kapitalrücklage durch Bareinlage	15.09.2015	2.000,00
Erhöhung der Kapitalrücklage durch Bareinlage	01.10.2015	15.000.000,00
Erhöhung der Kapitalrücklage durch Sacheinlage	01.10.2015	12.828.809,87
Auflösung der Kapitalrücklage durch Auszahlung	29.10.2015	(2.500.000,00)
Eigenkapital		25.339.145,10

6 RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN

Der Anstieg der **Pensionsverpflichtungen** gegenüber dem 31. Dezember 2014 ist neben der unterjährigen Zuführung ausschließlich auf die Einbringung des Geschäftsbereiches „T-Online.de & Audience Products“ zurückzuführen.

Der aufgeführte Bilanzansatz der Pensionsverpflichtungen wird auf Basis eines versicherungsmathematischen Gutachtens ermittelt.

Die Pensionsverpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern beruhen ausschließlich auf Versorgungszusagen, die die DMP gegenüber ihren Arbeitnehmern unmittelbar im Wege der Direktzusage erteilt hat.

Zum Stichtag liegen der Berechnung folgende Annahmen zugrunde:

in %	2015
Rechnungszinssatz	3,89
Gehaltstrend	2,00
Rententrend	1,00
Fluktuation	1,00

Die Bewertung der Pensionsverpflichtungen erfolgt unter Verwendung der biometrischen Grundlagen der Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck.

Auf Basis der versicherungsmathematischen Gutachten wird zum Abschlussstichtag eine Rückstellung für unmittelbare Pensionsverpflichtungen von 4.705.405,00 € (31. Dezember 2014: 0,00 €) ausgewiesen.

7 STEUERRÜCKSTELLUNGEN

in €	31.12.2015	31.12.2014
Gewerbeertragsteuer	1.447.345,45	0,00
Körperschaftsteuer	1.535.581,74	0,00
	2.982.927,19	0,00

Die **Rückstellungen für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** resultieren ausschließlich aus Körperschaftsteuer und Gewerbeertragsteuer für das laufende Geschäftsjahr 2015.

8 SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

in €	31.12.2015	31.12.2014
VERPFLICHTUNGEN AUS DEM PERSONALBEREICH		
Rückstellungen für Statusklagen	4.482.600,00	0,00
Rückstellung für Freizeitguthaben	454.668,05	0,00
Rückstellungen für Retentionprämien	192.820,00	0,00
Variable Vergütung	32.281,00	0,00
Sterbegeldrückstellung	21.131,48	0,00
Jubiläumrückstellung	10.225,00	0,00
Übrige Verpflichtungen	11.077,06	0,00
SONSTIGE VERPFLICHTUNGEN		
Ausstehende Rechnungen aus Lieferungen und Leistungen	2.417.325,11	0,00
	7.622.127,70	0,00

Die **Rückstellungen für Statusklagen** beinhalten Rückstellungen für Ansprüche für Entgeltausgleiche, Zuschläge und Betriebsrentenansprüche.

Die **übrigen Verpflichtungen aus dem Personalbereich** betreffen Rückstellungen für Reisekosten und Rückstellungen für Beiträge an die Berufsgenossenschaft.

Die **Rückstellungen für ausstehende Rechnungen** aus Lieferungen und Leistungen resultieren im Wesentlichen aus ausstehenden Rechnungen für Vermarktungsprovisionen.

9 VERBINDLICHKEITEN

in €	31.12.2015				31.12.2014			
	Insgesamt	davon mit einer Restlaufzeit			Insgesamt	davon mit einer Restlaufzeit		
		bis 1 Jahr	über 1 Jahr bis 5 Jahre	über 5 Jahre		bis 1 Jahr	über 1 Jahr bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.686.993,23	2.686.993,23	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	7.815.859,09	7.815.859,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sonstige Verbindlichkeiten	3.351.385,82	3.351.385,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
davon: aus Steuern	1.480.998,83	1.481.998,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
davon: im Rahmen der sozialen Sicherheit	1.672,07	1.672,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	13.854.238,14	13.854.238,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Die **Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen** resultieren vollständig aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

Die **sonstigen Verbindlichkeiten** setzen sich wie folgt zusammen:

in €	31.12.2015	31.12.2014
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	1.829.483,97	0,00
Verbindlichkeiten aus Steuern	1.480.998,83	0,00
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	40.903,02	0,00
	3.351.385,82	0,00

Die **Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern** beinhalten im Wesentlichen Verbindlichkeiten aus Vergleichsvereinbarungen mit Statusklägern. Der Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern resultiert im Vorjahresvergleich insbesondere aus der Einbringung des Geschäftsbereiches „T-Online.de & Audience Products“.

Die **Verbindlichkeiten aus Steuern** enthalten im Wesentlichen Lohnsteuer- und Umsatzsteuerverbindlichkeiten.

10 LATENTE STEUERN

Im Berichtsjahr besteht ein Aktivüberhang bei den latenten Steuern. Die DMP übt das Wahlrecht gemäß § 274 Abs. 1 HGB zum Ansatz der sich daraus ergebenden Steuerentlastung als aktive latente Steuern nicht aus. Die aktiven wie passiven latenten Steuern beruhen im Wesentlichen auf Differenzen zwischen den steuerlichen und handelsrechtlichen Wertansätzen in den Bilanzpositionen immaterielle Vermögensgegenstände und Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen. Bei der Ermittlung der latenten Steuern wurde ein effektiver Steuersatz für die Körperschaftsteuer nebst Solidaritätszuschlag und Gewerbesteuer in Höhe von 32,45 % angewendet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

11 UMSATZERLÖSE

Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen

in €	2015	2014
Umsatz aus Bannerwerbung	25.610.698,39	0,00
Umsatz aus Suchmaschinenwerbung	6.106.909,56	0,00
Umsatz aus Mobile Advertising	252.267,93	0,00
Sonstiges	73.813,16	0,00
	32.043.689,04	0,00

Umsatzerlöse nach Regionen

in €	2015	2014
Inland	21.154.074,72	0,00
Ausland	10.889.614,32	0,00
	32.043.689,04	0,00

12 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE

in €	2015	2014
Erträge aus dem Verkauf einer Call Option	304.500,00	0,00
Erträge aus Hosting & Entwicklungsleistungen	67.137,00	0,00
Erträge aus Weiterverrechnungen	20.212,62	0,00
Auflösung von Rückstellungen	8.748,59	0,00
Übrige Erträge	8.689,26	0,00
	409.287,47	0,00

Die **Erträge aus dem Verkauf einer Call Option** in Höhe von 304.500,00 € resultieren aus dem Verkauf einer Erwerbsoption von 6.559 neuen Geschäftsanteilen im Nennbetrag von jeweils 1,00 € an der Lottohelden GmbH, Hamburg an die Deutsche Telekom Venture Funds GmbH mit notariellem Kaufvertrag vom 22. Oktober 2015.

Die **Erträge aus Hosting & Entwicklungsleistungen** in Höhe von 67.137,00 € (2014: 0,00 €) betreffen im Wesentlichen erbrachte Dienstleistungen gegenüber THE DIGITALE GmbH.

Die **Erträge aus Weiterverrechnungen** in Höhe von 20.212,62 € (2014: 0,00 €) beinhalten ausschließlich Erträge aus der Weiterverrechnung von Kosten aus dem Personalbereich.

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind im Berichtsjahr periodenfremde Erträge gemäß § 277 Abs. 4 HGB in Höhe von 8.748,59 € (2014: 0,00 €) ausgewiesen. Dabei handelt es sich um Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen.

13 MATERIALAUFWAND

in €	2015	2014
AUFWENDUNGEN FÜR BEZOGENE LEISTUNGEN		
Content	1.110.075,39	0,00
IT Leistungen	635.969,81	0,00
Sonstige bezogene Leistungen	16.073,91	0,00
	1.762.119,11	0,00

Die Aufwendungen im Zusammenhang mit Content in Höhe von 1.110.075,39 € resultieren im Wesentlichen aus dem Einkauf von redaktionellen Inhalten.

Die **Aufwendungen für IT Leistungen** beinhalten im Wesentlichen bezogene Leistungen für den Betrieb von IT-Applikationen und – Infrastruktur.

14 PERSONALAUFWAND/BESCHÄFTIGTE

in €	2015	2014
LÖHNE UND GEHÄLTER	5.088.140,77	0,00
SOZIALE ABGABEN UND AUFWENDUNGEN FÜR ALTERSVERSORGUNG UND FÜR UNTERSTÜTZUNG		
Soziale Abgaben	596.534,86	0,00
Aufwendungen für Altersversorgung der Arbeitnehmer	162.544,00	0,00
	759.078,86	0,00
	5.847.219,63	0,00

Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten (Full-Time-Equivalents) entwickelte sich wie folgt:

Anzahl	2015	2014
Arbeitnehmer	51,3	0
Auszubildende/Praktikanten	0	0

Der Anstieg der Zahl der **Beschäftigten** (205,16 Full-Time-Equivalentents Stand 31. Dezember 2015) resultiert ausschließlich aus der Einbringung des Geschäftsbereiches „T-Online.de & Audience Products“

15 ABSCHREIBUNGEN

in €	2015	2014
PLANMÄSSIGE ABSCHREIBUNGEN		
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens	292.804,86	0,00
Abschreibungen auf Sachanlagen	18.957,10	0,00
	311.761,96	0,00

Die **planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände** betreffen im Wesentlichen Abschreibungen auf entgeltlich erworbene Software-Lizenzen in Höhe von 292.804,86 € (2014: 0,00 €).

Die **planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen** entfallen im Berichtsjahr mit 18.957,10 € (2014: 0,00 €) auf Abschreibungen für Betriebs- und Geschäftsausstattung.

16 SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in €	2015	2014
Verkaufsprovisionen	10.170.162,76	0,00
Instandhaltungs- und Wartungsaufwendungen	700.916,47	0,00
Aufwendungen für Forschung und Entwicklung	640.815,84	0,00
Aufwand für Kooperationen	541.754,33	0,00
Aufwand für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung	516.335,25	0,00
IV-Support	411.161,29	0,00
Rechts- und Beratungsleistungen	482.602,29	0,00
Mietaufwendungen	313.162,49	0,00
Verluste aus Anlageabgängen	283.045,00	0,00
Lizenzgebühren	246.103,83	0,00
Sonstige Personalnebenkosten	119.787,78	0,00
Leih- und Zeitarbeit	55.399,74	0,00
Aufwendungen aus der Forderungsbewertung	31.415,42	0,00
Aufwendungen für Marktforschung	27.326,04	0,00
Versicherungen	21.815,40	0,00
Sonstiges	256.792,80	1.494,20
	14.818.596,73	1.494,00

Die **Verkaufsprovisionen** beinhalten ausschließlich Aufwendungen für Vermarktungsdienstleistungen durch die Interactive Media CCSP GmbH und Drittagenturen in Höhe von 10.170.162,76 € (2014: 0,00 €).

Die **Aufwendungen für Forschung und Entwicklung** in Höhe von 640.815,84 € sind im Zusammenhang mit der Entwicklung von Software entstanden.

Die **Wartungsaufwendungen** betreffen die Instandhaltung von technischen Anlagen in Höhe von 81.827,82 € (2014: 0,00 €) sowie die Instandhaltung von Software und Hardware in Höhe von 619.088,65 € (2014: 0,00 €).

In den **Aufwendungen für Kooperationen** sind Aufwendungen in Höhe von 209.309,83 € (2014: 0,00 €) enthalten, welche gegenüber der Scout24-Gruppe entstanden sind. Im Gegenzug integrierte die Scout24-Gruppe die in den IVW-Richtlinien geforderte Anbieterkennung „powered by T-Online“ auf Ihren Webseiten und ermöglichte somit den Reichweitenausweis der Scout24-Gruppe unter dem T-Online-Contentangebot. Des Weiteren sind 328.805,00 € (2014: 0,00 €) an Aufwendungen für Bartertransaktionen enthalten.

Die **Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung** beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Trafficzuführung aus dem Facebook und Google Netzwerk in Höhe von 509.836,29 € (2014: 0,00 €).

Die **Rechts- und Beratungskosten** umfassen insbesondere Aufwendungen für technische und wirtschaftliche Beratung sowie Aufwendungen für die Rechtsberatung im Zusammenhang mit dem Projekt zur Einbringung des Geschäftsbereichs T-Online.de & Audience Products“ in die DMP und dem Projekt im Rahmen des Verkaufs der Anteile an der DMP an die Stöer SE. Des Weiteren Aufwendungen enthält diese Position Aufwendungen für die Jahresabschlusserstellung und -prüfung.

Die **Aufwendungen für IT-Support** umfassen die Bereitstellung von IT-Rechnern und Netzleistungen sowie Leistungen für Arbeitsplatzsysteme.

Die **Miet- und Pacht aufwendungen** resultieren aus den Aufwendungen für angemietete Büro- und Technikflächen in Höhe von 273.276,31 € (2014: 0,00 €) und für die Miete von Fahrzeugen in Höhe von 39.886,18 € (2014: 0,00 €).

Die **Lizenzgebühren** umfassen im Berichtsjahr in Höhe von 246.103,83 € (2014: 0,00 €) unter anderem Aufwendungen für Arbeitsplatzlizenzen und für Markenlizenzen.

Die **sonstigen Personalnebenkosten** beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Ausbildungs- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie Bewirtung und Tagungen.

Die **übrigen Aufwendungen** umfassen im Berichtsjahr insbesondere Aufwendungen für Porto- und Frachtkosten, sonstige Kosten des Geldverkehrs und der Telekommunikation.

In den **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** sind im Berichtsjahr periodenfremde Aufwendungen gemäß § 277 Abs. 4 HGB in Höhe von 314.460,42 € (2014: 0,00 €) ausgewiesen. Diese betreffen Aufwendungen aus der Forderungsbewertung in Höhe von 31.415,42 € sowie Verluste aus Anlageabgängen in Höhe von 283.045,00 €.

17 FINANZERGEBNIS

in €	2015	2014
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	17.358,90	0,00
davon: aus verbundenen Unternehmen 17.358,90 € (2014: 0,00 €)		
davon: aus der Abzinsung von Rückstellungen 0,00 € (2014: 0,00€)		
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(172.623,00)	0,00
davon: an verbundene Unternehmen 0,00 € (2014:0,00 €)		
davon: aus der Aufzinsung von Rückstellungen 172.623,00 € (2014: 0,00 €)		
ZINSERGEBNIS	(155.264,10)	0,00

Die **Zinserträge** resultieren aus einem am 17. November 2015 geschlossenen Darlehensvertrag in Höhe von 12.000.000,00 € und den dafür zum 31. Dezember 2015 abgrenzten Zinsforderungen in Höhe von 17.358,90 €.

Die **Zinsaufwendungen** betreffen Aufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsrückstellungen in Höhe von insgesamt 172.623,00 € (2014: 0,00 €).

18 STEUERN

Im Berichtsjahr ist ein Steueraufwand in Höhe von 2.982.927,19 € angefallen. Dieser resultiert ausschließlich aus Körperschaftsteuer- und Gewerbeertragsteueraufwand für das laufende Geschäftsjahr 2015.

19 ERGEBNISVERWENDUNG

Die Geschäftsführung empfiehlt das **Ergebnis des laufenden Geschäftsjahres**, das einen Gewinn in Höhe von 6.575.087,79 € ausweist, auf neue Rechnung vorzutragen.

SONSTIGE ANGABEN

20 SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

in €	31.12.2015			31.12.2014		
	Insgesamt	davon mit einer Fälligkeit		Insgesamt	davon mit einer Fälligkeit	
		im kommenden Geschäftsjahr	ab dem zweiten folgenden Geschäftsjahr		im kommenden Geschäftsjahr	ab dem zweiten folgenden Geschäftsjahr
Verpflichtungen aus Miet- und Pachtverträgen davon: gegenüber verbundenen Unternehmen 0,00 € (31.12.2014: 0,00 €)	381.896,80	300.539,80	81.357,00	0,00	0,00	0,00
Bestellobligo aus Verpflichtungen für künftige Aufwendungen und Investitionen davon: gegenüber verbundenen Unternehmen 0,00 € (31.12.2014: 0,00 €)	4.971.050,65	4.971.050,65	0,00	0,00	0,00	0,00
...						
	5.352.947,45	5.271.590,45	81.357,00	0,00	0,00	0,00

Die **Verpflichtungen aus Miet- und Pachtverträgen** bestehen im Wesentlichen gegenüber der Deutschen Telekom AG in Höhe von 0,2 Mio. € und gegenüber der DeTeFleetServices GmbH, Bonn, in Höhe von 0,2 Mio. €.

Das **Bestellobligo** aus Verpflichtungen für künftige Aufwendungen und Investitionen setzt sich aus Abnahmeverpflichtungen für den nicht investiven Bereich in Höhe von 4,7 Mio. € sowie aus Abnahmeverpflichtungen für den investiven Bereich in Höhe von 0,3 Mio. € zusammen. Im Bestellobligo sind im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen aus Leistungen für den Bereich Portal und Advertising sowie für die Wartung von Softwareprodukten enthalten.

21 HONORARE UND DIENSTLEISTUNGEN DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Das für den Abschlussprüfer im Geschäftsjahr 2015 als Aufwand erfasste Honorar beläuft sich auf 40.000,00 €. Es handelt sich ausschließlich um Abschlussprüfungsleistungen.

22 DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG DER DMP 2015

Ralf Baumann (ab 24. Juni 2015)
Managing Director

Dr. Bernd Metzner (ab 05. November 2015)
Chief Financial Officer (CFO), Ströer SE

Christian Schmalzl (ab 06. November 2015)
Chief Operating Officer (COO), Ströer SE

Frederic Komp (ab 10. November 2015)
Managing Director, Ströer Content Group GmbH

Im Berichtsjahr ausgeschiedene Mitglieder der Geschäftsführung

Nebe, Andreas (bis 2. Juni 2015)

Leiter Financial Controlling, Deutsche Telekom AG

Vogel, Frederike (bis 2. Juni 2015)

Senior Legal Council, Deutsche Telekom AG

Liebehenz, Ingo (vom 26. Oktober 2015 bis 28. Oktober 2015)

Leiter Business Controlling Digital Media

23 VERGÜTUNG VON GESCHÄFTSFÜHRUNG UND AUFSICHTSRAT.

Auf die Angabe der Vergütung der Geschäftsführung wird unter Bezugnahme auf § 286 Abs. 4 HGB verzichtet.

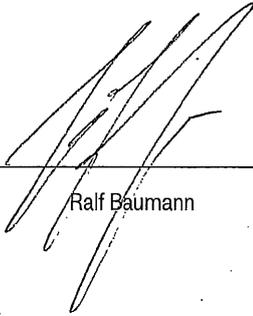
24 ANTEILSBESITZLISTE GEMÄSS § 285 NR. 11 HGB UND 11 A HGB.

Lfd. Nr.	Name und Sitz der Gesellschaft	Direkt (%)	Gesamtnominalwert ¹⁾	Währung	Eigenkapital ¹⁾	Jahresüberschuss ¹⁾	Währung
1.	Interactive Media CCSP GmbH, Darmstadt	100%	13.491.500,00	EUR	2.484.000,00	0,00	EUR

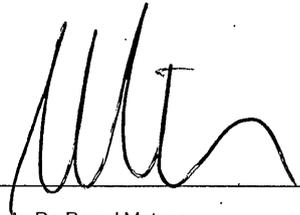
¹⁾ per 30.09.2015

Darmstadt, den 16. März 2016

Digital Media Products GmbH
Die Geschäftsführung



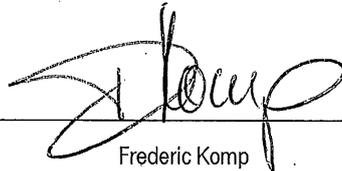
Ralf Baumann



Dr. Bernd Metzner



Christian Schmalzl

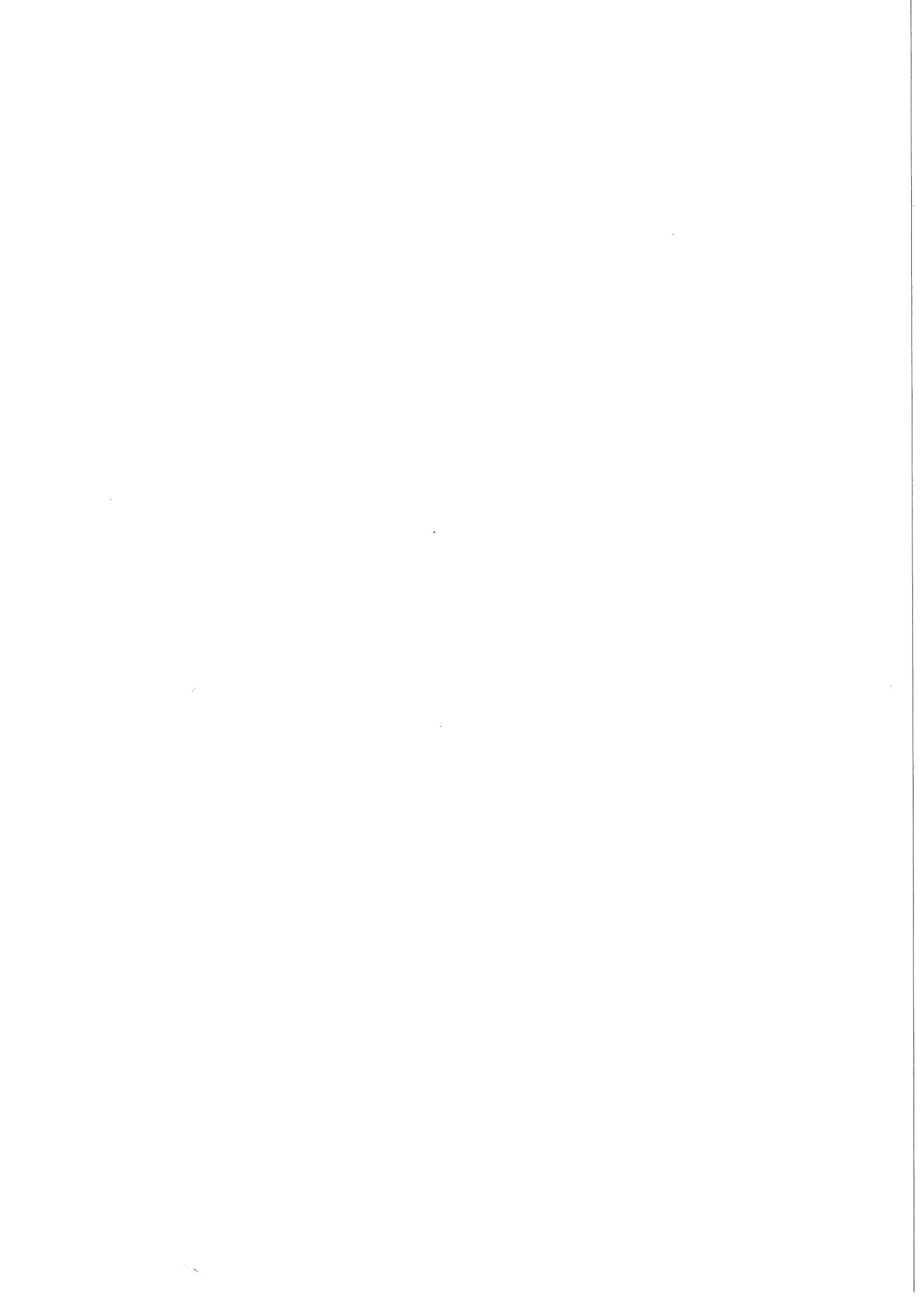


Frederic Komp

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Digital Media Products GmbH, Darmstadt, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der Geschäftsführer der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der Geschäftsführer sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.



Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

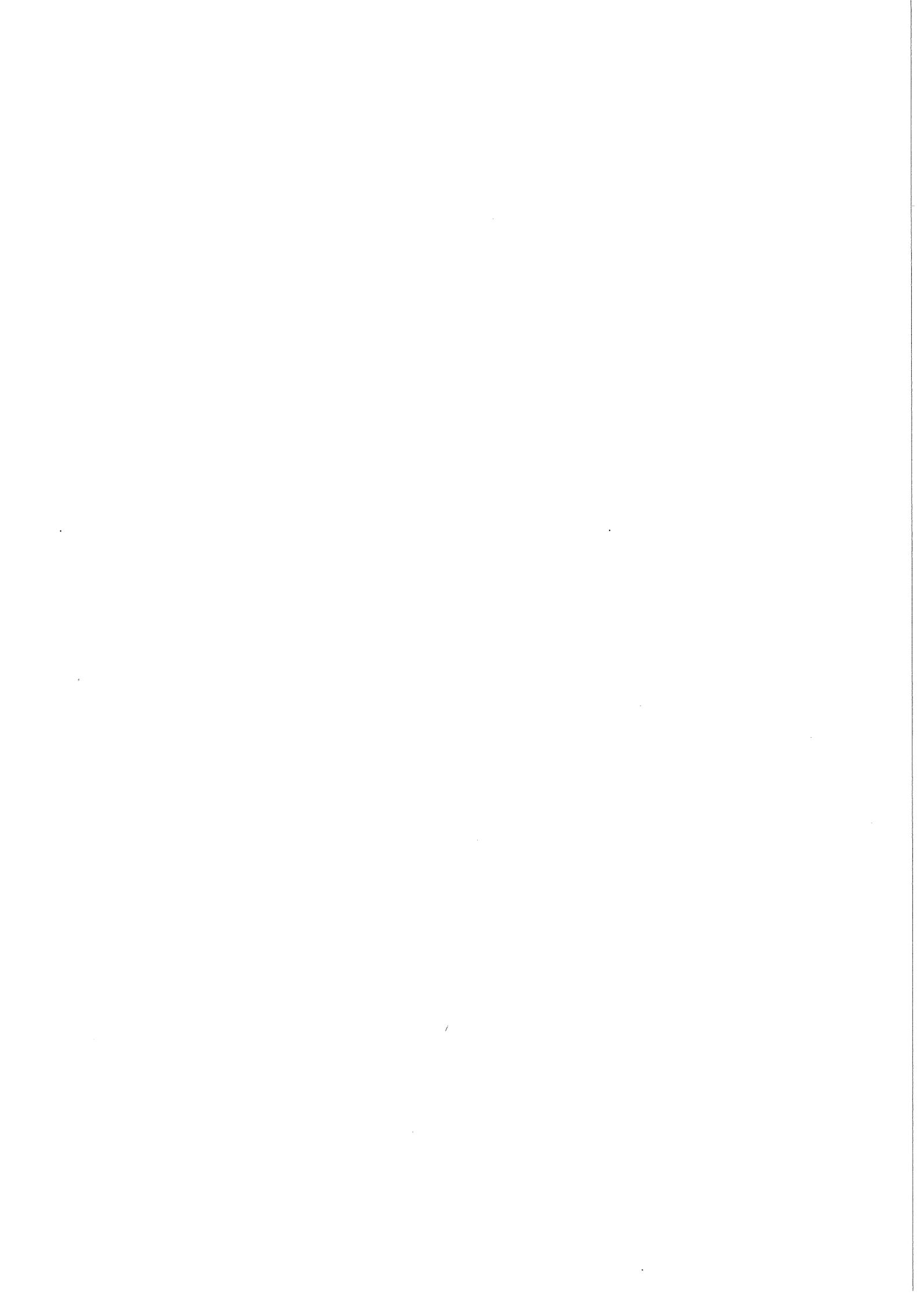
Düsseldorf, den 4. April 2016

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft


Erik Hönig
Wirtschaftsprüfer


ppa. Daniel Müller
Wirtschaftsprüfer





Leerseite aus bindetechnischen Gründen



2000002559540

STRÖER VENTURE GMBH, KÖLN

BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2015

AKTIVA

	31.12.2015 EUR	27.10.2015 EUR
<u>ANLAGEVERMÖGEN</u>		
Finanzanlagen		
Anteile an verbundenen Unternehmen	21.028.400,00	0,00
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	144.984,99	0,00
	<u>21.173.384,99</u>	<u>0,00</u>
<u>UMLAUFVERMÖGEN</u>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	295,53	0,00
Sonstige Vermögensgegenstände	127,08	0,00
	<u>422,61</u>	<u>0,00</u>
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	61.556,63	25.000,00
	<u>61.979,24</u>	<u>25.000,00</u>
<u>NICHT DURCH EIGENKAPITAL GEDECKTER FEHLBETRAG</u>	<u>32.914,05</u>	<u>0,00</u>
	<u>21.268.278,28</u>	<u>25.000,00</u>

PASSIVA

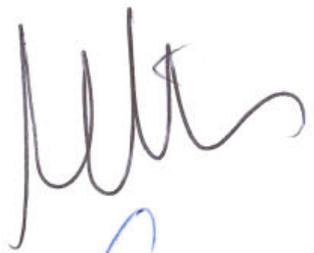
	31.12.2015 EUR	27.10.2015 EUR
<u>EIGENKAPITAL</u>		
Gezeichnetes Kapital	25.000,00	25.000,00
Jahresfehlbetrag	-57.914,05	0,00
Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	32.914,05	0,00
	<u>0,00</u>	<u>25.000,00</u>
<u>RÜCKSTELLUNGEN</u>		
Sonstige Rückstellungen	2.500,00	0,00
	<u>2.500,00</u>	<u>0,00</u>
<u>VERBINDLICHKEITEN</u>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	795,93	0,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 795,93		
Verbindlichkeiten gegen verbundene Unternehmen	21.264.982,35	0,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 21.264.982,35		
- davon gegen Gesellschafter: EUR 21.264.982,35		
	<u>21.265.778,28</u>	<u>0,00</u>
	<u>21.268.278,28</u>	<u>25.000,00</u>

STRÖER VENTURE GMBH, KÖLN

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

FÜR DAS RUMPFGESCHÄFTSJAHR VOM 27. OKTOBER BIS 31. DEZEMBER 2015

	<u>27.10. - 31.12.2015</u> EUR
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.227,23
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	295,53
- davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 295,53	
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-54.982,35
- davon an verbundene Unternehmen: EUR -54.982,35	
<u>Jahresfehlbetrag</u>	<u><u>-57.914,05</u></u>




Ströer Venture GmbH, Köln

Anhang für das Rumpfgeschäftsjahr vom 27. Oktober bis 31. Dezember 2015

A. Allgemeine Hinweise

Die Ströer Venture GmbH, Köln, (im Folgenden kurz „Gesellschaft“ oder „SVE“) ist mit Gesellschaftsvertrag vom 27. Oktober 2015 gegründet worden. Sie hat ihren Sitz in Köln und ist dort beim Amtsgericht im Handelsregister, Abteilung B, unter Nr. 85838 mit Datum vom 3. November 2015 eingetragen worden.

Der vorliegende Jahresabschluss wurde gemäß §§ 242 ff. und 264 ff. HGB sowie nach den einschlägigen Vorschriften des GmbHG aufgestellt. Es gelten die Vorschriften für kleine Kapitalgesellschaften. Die Erleichterungsvorschriften für kleine Kapitalgesellschaften sind in Anspruch genommen worden.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

Die Gesellschaft ist zum Bilanzstichtag bilanziell überschuldet und weist einen Nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag in Höhe von TEUR 33 aus. Wir sind der Auffassung, dass die Gesellschaft trotzdem nicht i.S.d. § 19 InsO überschuldet ist, weil die Fortführung des Unternehmens für überwiegend wahrscheinlich gehalten wird. Daher erfolgt die Bilanzierung und Bewertung weiterhin unter der Annahme der Unternehmensfortführung. Zur Vermeidung einer insolvenzrechtlichen Überschuldung hat die Muttergesellschaft Ströer SE (vormals: Ströer Media SE; seit 1. März 2016: Ströer SE & Co. KGaA), Köln, (im Folgenden „Ströer SE“) einen Rangrücktritt auf ihre Darlehensforderungen erklärt. Diese betragen zum 31. Dezember 2015 TEUR 21.210.

B. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Bei den **Finanzanlagen** werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten und die Ausleihungen grundsätzlich zum Nennwert angesetzt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichti-

gungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

Liquide Mittel werden mit dem Nennwert angesetzt.

Die **sonstigen Rückstellungen** berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind 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 sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Als **verbundene Unternehmen** werden alle Gesellschaften bezeichnet, die in den Konzernabschluss der Ströer SE 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 Anlagespiegel dargestellt.

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM RUMPFGESCHÄFTSJAHR VOM 27. OKTOBER BIS 31. DEZEMBER 2015

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN				AUFGELAUFENE ABSCHREIBUNGEN				NETTOBUCHWERTE	
	27.10.2015 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	31.12.2015 EUR	27.10.2015 EUR	Zuführungen EUR	Auflösungen EUR	31.12.2015 EUR	31.12.2015 EUR	27.10.2015 EUR
<u>FINANZANLAGEN</u>										
Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	21.028.400,00	0,00	21.028.400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21.028.400,00	0,00
Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	144.984,99	0,00	144.984,99	0,00	0,00	0,00	0,00	144.984,99	0,00
	<u>0,00</u>	<u>21.173.384,99</u>	<u>0,00</u>	<u>21.173.384,99</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>21.173.384,99</u>	<u>0,00</u>

2. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben wie im Vorjahr eine Restlaufzeit von unter einem Jahr.

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren vornehmlich aus dem Liefer- und Leistungsverkehr.

3. Eigenkapital

Zum Bilanzstichtag werden die Geschäftsanteile wie folgt gehalten:

	<u>EUR</u>	<u>%</u>
Ströer SE	<u>25.000,00</u>	<u>100,0</u>

Hinsichtlich des Nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrages verweisen wir auf unsere Ausführungen unter A.

4. Verbindlichkeiten

Die nicht besicherten Verbindlichkeiten haben eine Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von TEUR 21.265 beinhalten ein durch die Ströer SE gewährtes Darlehen in Höhe von TEUR 21.210 sowie Verbindlichkeiten aus dem Liefer- und Leistungsverkehr in Höhe von TEUR 55. Hinsichtlich des Darlehens verweisen wir auf unsere Ausführungen unter A.

D. Sonstige Angaben

1. Geschäftsführung

Mitglieder der Geschäftsführung sind:

Anne Ossenberg, Köln
Dr. Bernd Metzner, Köln

Frau Anne Ossenberg ist hauptberuflich Direktorin Recht der Ströer SE. Herr Dr. Bernd Metzner ist hauptberuflich Finanzvorstand der Ströer SE.

2. Aufstellung des Anteilsbesitzes

Die folgende Aufstellung enthält die Angaben gemäß § 285 Nr. 11 HGB zu Unternehmen, an denen die Gesellschaft mit mindestens 20% beteiligt ist. Die Angabe der Kapitalanteile erfolgt in Übereinstimmung mit § 16 Abs. 4 AktG.

	Anteile am Kapital 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahresergebnis 2015 TEUR
<u>Direkte Beteiligungen</u>			
Conexus AS, Drammen, Norwegen	54,83	5.195	329
KissMyAds GmbH, Köln	100,0	-153	-448
Permodo International GmbH, München	51,0	911	859

	Anteile am Kapital 31.12.2015 vH	Eigenkapital am 31.12.2015 TEUR	Jahresergebnis 2015 TEUR
<u>Indirekte Beteiligungen</u>			
Conexus Norge AS, Drammen, Norwegen	100,0	115	-272
Conexus Technology AS, Drammen, Norwegen	100,0	-1.426	80
Laeringslaben Fou AS, Drammen, Norwegen	100,0	-302	6
mYouTime AS, Drammen, Norwegen	64,25	-117	-7
OSD Holding Pte. Ltd., Singapur, Singapur	36,46	905	124
Permodo GmbH, München	100,0	509	485
VIP 24 AS, Drammen, Norwegen	100,0	-60	-19

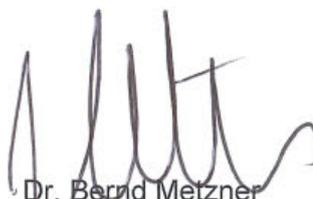
3. Konzernverhältnisse

Der Jahresabschluss der Gesellschaft wird in den Konzernabschluss der Ströer SE einbezogen, die den Konzernabschluss für den größten und gleichzeitig für den kleinsten Kreis von Unternehmen aufstellt. Dieser wird im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht.

Köln, 16. März 2016



Anne Ossenberg
Geschäftsführung



Dr. Bernd Metzner
Geschäftsführung