

# Ströer Out-of-Home Media AG Geschäftsbericht 2010



MICHAEL POLIZA PHOTOGRAPHY

MICHAEL POLIZA PHOTOGRAPHY

© www.michaelpoliza.com

**STRÖER**

We create Visibility.

**STRÖER**

out of home media

# Inhalt



<b>Profil</b> .....	5	<b>Chancen und Risikenbericht</b> .....	63
<b>Visibilität</b> .....	8	Chancenbericht .....	63
<b>Vorwort des Vorstands</b> .....	16	Risiken der zukünftigen Entwicklung .....	64
<b>Bericht des Aufsichtsrats</b> .....	20	<b>Nachtragsbericht</b> .....	68
<b>Wachstum</b> .....	24	<b>Prognosebericht</b> .....	68
		Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen .....	68
<b>Zusammengefasster Lagebericht</b>		Zukünftige Branchenentwicklung .....	69
Rahmenbedingungen .....	32	Künftige Ausrichtung der Ströer Out-of-Home Media AG .....	71
Gesamtwirtschaftliches Umfeld .....	32	Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung .....	74
Entwicklung der Außenwerbebranche 2010 .....	34	Erwartete Finanzlage .....	77
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage		Geplante Investitionen .....	77
sowie Geschäftsverlauf .....	35		
Akquisitionen, Investitionen und Desinvestitionen .....	35	<b>Konzernabschluss</b>	
Umsatzerlöse .....	35	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung .....	78
Ertragslage .....	36	Konzern-Gesamtergebnisrechnung .....	79
Vermögenslage .....	38	Konzernbilanz .....	80
Finanzlage .....	39	Konzern-Kapitalflussrechnung .....	82
Steuerrelevante Informationen .....	40	Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung .....	84
Ertragslage der Segmente .....	41	Berichterstattung nach operativen Segmenten .....	86
Angaben zur Ströer Out-of-Home Media AG		Berichterstattung nach Produktgruppen .....	87
Beschreibung der Gesellschaft .....	45	Berichterstattung nach geographischen Gebieten .....	87
Erläuterung der Ertragslage .....	45		
Erläuterung der Vermögens- und Finanzlage .....	47	<b>Konzernanhang</b>	
Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft .....	48	Grundlagen des Konzernabschlusses .....	88
Sonstige Angaben .....	48	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung .....	109
Aktie .....	49	Erläuterungen zur Bilanz .....	115
Erklärung zur Unternehmensführung und		Sonstige Erläuterungen .....	130
Corporate Governance Bericht .....	52		
Entsprechenserklärung .....	52	<b>Versicherung der gesetzlichen Vertreter</b> .....	143
Wesentliche Unternehmensführungspraktiken .....	53	<b>Bestätigungsvermerk</b> .....	144
Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat .....	54	<b>Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung</b> .....	146
Vergütungsbericht .....	56		
Übernahmerechtliche Angaben .....	59	<b>Verantwortung</b> .....	148
Mitarbeiter .....	60	<b>Finanzkalender</b> .....	157
Forschung und Entwicklung .....	62	<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	157
		<b>Glossar</b> .....	158

## Kennzahlen

### Konzern-Finanzkennzahlen im Überblick

In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>531,3</b>	<b>469,8</b>	<b>13,1 %</b>
Ströer Deutschland	409,9	393,3	4,2 %
Ströer Türkei	68,6	33,5	> 100,0 %
Sonstige	52,9	43,1	22,6 %
Billboard	274,7	238,5	15,2 %
Street Furniture	134,6	118,1	14,0 %
Transport	73,8	69,4	6,4 %
Sonstige	48,1	43,8	10,1 %
Organisches Wachstum <sup>1)</sup>	7,5 %	-2,5 %	n.d.
Bruttoergebnis vom Umsatz <sup>2)</sup>	198,8	169,1	17,6 %
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup></b>	<b>127,3</b>	<b>100,0</b>	<b>27,2 %</b>
<b>Operational EBITDA<sup>3)</sup>-Marge</b>	<b>24,0 %</b>	<b>21,3 %</b>	
Bereinigtes EBIT <sup>4)</sup>	97,4	71,1	36,9 %
Bereinigte EBIT <sup>4)</sup> -Marge	18,3 %	15,1 %	
Bereinigter Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>5)</sup>	33,2	16,8	97,0 %
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	55,8	1,1	> 100,0 %
Ergebnis je Aktie <sup>6)</sup> (EUR)	1,32	0,03	
Investitionen <sup>7)</sup>	28,5	22,4	27,0 %
Free Cash-Flow <sup>8)</sup>	-68,2	16,6	> 100,0 %
	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2009</b>	<b>Veränderung</b>
Bilanzsumme	985,4	748,6	31,6 %
Eigenkapital	296,6	-48,1	n.d.
Eigenkapitalquote	30,1 %	-6,4 %	
Nettoverschuldung <sup>9)</sup>	320,1	495,4	-35,4 %
Mitarbeiter <sup>10)</sup>	1.731	1.587	9,1 %

<sup>1)</sup> Organisches Wachstum: ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

<sup>2)</sup> Umsatz abzüglich Umsatzkosten

<sup>3)</sup> Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte und um Effekte aus dem zum Börsengang beendeten Phantom-Stock-Programm

<sup>4)</sup> Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Effekte aus dem zum Börsengang beendeten Phantom-Stock-Programm, Abschreibungen auf erworbene Werbenutzungsrechte und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte

<sup>5)</sup> Bereinigtes EBIT abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand

<sup>6)</sup> Berechnet auf Basis des tatsächlichen Periodenergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien nach Börsengang

<sup>7)</sup> Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen, aber keine Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen

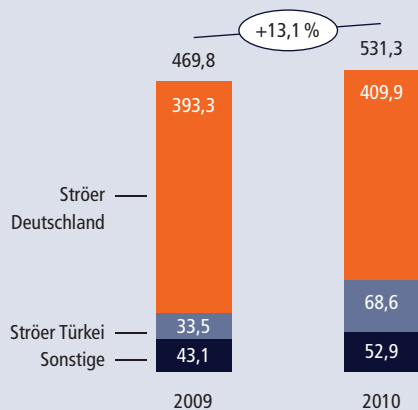
<sup>8)</sup> Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

<sup>9)</sup> Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel

<sup>10)</sup> Nach Anzahl der Personen

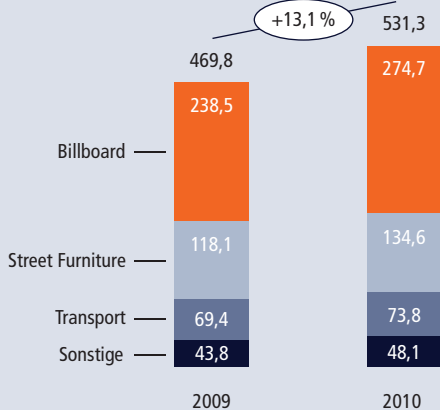
### Umsatz nach Segmenten

In Mio. EUR



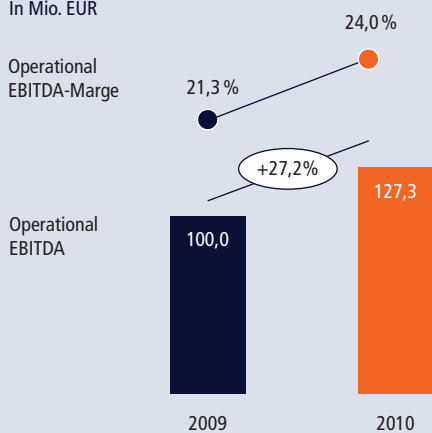
### Umsatz nach Produktgruppen

In Mio. EUR



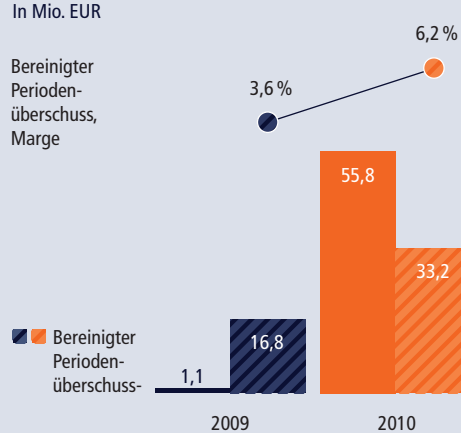
### Operational EBITDA

In Mio. EUR



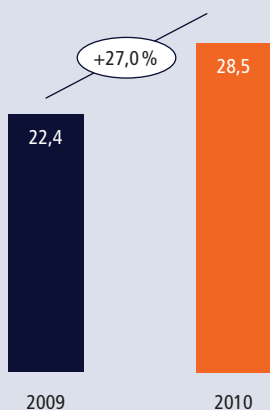
### Periodenüberschuss

In Mio. EUR



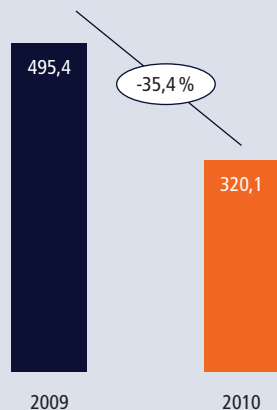
### Investitionen

In Mio. EUR



### Nettoverschuldung

In Mio. EUR





A large bronze bull sculpture stands in a city square. In the background, a blue banner with orange text reads: "UNS SIEHT MAN AN JEDER ECKE JETZT AUCH AN DER BÖRSE". To the right, a European Union flag is visible. The scene is set in front of a building with windows.

UNS SIEHT MAN  
AN JEDER ECKE  
JETZT AUCH  
AN DER BÖRSE

## We create Visibility

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist ein führender Anbieter von Außenwerbung in Deutschland, der Türkei und Polen. Wir prägen das Stadtbild der großen Städte und Kommunen mit modernen Stadtmöbeln und qualitativ hochwertigen Werbeträgern. Unseren werbetreibenden Kunden bieten wir individuelle und intelligent vernetzte Kommunikationslösungen für den öffentlichen Raum an. Unsere Werbeträger ermöglichen ihnen eine Kommunikation mit großen emotionalen Bildern und damit eine hohe Visibilität und Reichweite ihrer Botschaften. Wir haben die Grundlagen für ein stabiles Wachstum geschaffen und engagieren uns in Märkten, in denen wir eine führende Stellung im Out-of-Home-Bereich einnehmen oder erreichen können.

## We create Visibility

Wir liefern Bilder – und mit ihnen Ideen und Visionen, Emotionen und Informationen. Strategien und Botschaften – wir machen sie sichtbar. Auf großen Flächen mit innovativer Technik präsentieren wir sie überall dort, wo Millionen Menschen sie täglich wahrnehmen.

### **Außenwerbung profitiert von Megatrends**

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist ein führender Anbieter von Außenwerbung in Deutschland, der Türkei und Polen. Darüber hinaus sind wir eines der bedeutendsten und innovativsten Unternehmen unserer Branche weltweit. Allein in Deutschland bieten wir unseren Kunden mit rund 230.000 Werbeflächen ein ideales Umfeld, um ihre Werbebotschaften im öffentlichen Raum zu vermitteln. Die drei globalen Trends Digitalisierung, wachsende Mobilität und Urbanisierung machen die Außenwerbung zu einem zentralen Akteur im Wettbewerb der Markenbotschaften. Die Außenwerbung ist in der Lage, schnell, aktuell und einheitlich mit großen Bildern Wahrnehmung bei Menschen unterwegs zu schaffen. Parallel zu dieser Entwicklung führt die fortschreitende Digitalisierung des täglichen Lebens zu einem sich stark verändernden Medienangebot und einer zunehmenden Fragmentierung in den Bereichen TV, Print und Radio. Davon profitieren die Out-of-Home-Medien, gewinnen an Leistungsfähigkeit und unterstreichen die Visibilität einer großen Markenkampagne. Und große Marken brauchen gelungene Inszenierungen und große Reichweiten. Das ist die Zukunft der Außenwerbung.

Die führende Position der Ströer Out-of-Home Media AG beruht dabei vor allem auf der Erfahrung und der Management-Kompetenz ihrer Mitarbeiter. Durch jahrzehntelange Zusammenarbeit mit unseren kommunalen und privaten Lizenzgebern haben wir ein umfassendes Portfolio an Werbeträgern zusammengestellt. Unsere werbetreibenden Kunden buchen sie für ihre regionalen oder landesweiten Kampagnen. Wir bieten ihnen in den Kernmärkten der Ströer Out-of-Home Media AG – Deutschland, Türkei und Polen – ein umfassendes, leistungsfähiges und vielfältiges Netz für erfolgreiche Marketingkampagnen im Out-of-Home-Medien-

Bereich. Das reicht von regionalen Angeboten wie etwa Werbung auf Transportmitteln wie Bussen und Bahnen über verschiedenste, hinterleuchtete Vitrinen mit hochwertigen Metall- und Glasstrukturen in einem anspruchsvollen Design bis hin zu einer zunehmenden Anzahl digitaler Werbescreens, beispielsweise in Zügen und Bahnhöfen. Durch die breite Palette unserer Werbeträger können wir hinsichtlich Frequenz, Größe und Präsentationsart so gut wie jeden Kundenwunsch erfüllen. Sie weisen unsere Innovationsfähigkeit aus und machen uns zum relevanten und zukunftsweisenden Anbieter für die Werbewirtschaft. Mit unseren innovativen und leistungsstarken Produkten sorgen wir für umfassende Wahrnehmung ihrer Werbebotschaften. We create Visibility!

### **Partner von Städten und Kommunen**

Diese Investitionen in unser Produktportfolio werden durch langjährige Verträge und Lizenzen mit privaten Eigentümern und Geschäftspartnern der öffentlichen Hand ausgestaltet und gesichert. Wir entwickeln für sie intelligente Infrastrukturlösungen, die auf ihre Bedürfnisse und Erwartungen zugeschnitten sind. Das trifft die Vorstellungen unserer kommunalen Partner, die durch teils eigens für sie entwickelte Stadtmöbel das Stadtbild aufwerten, die Infrastruktur zeitgemäß und funktional gestalten und auch die laufende Wartung dieser Elemente vertraglich in unsere Verantwortung übergeben können. Als Systemanbieter können wir Zusatzanforderungen in der Zusammenarbeit mit den Städten und Kommunen schnell erkennen und gemeinsam optimale Lösungen schaffen. Über die notwendige Bereitstellung klassischer Stadtmöbel wie Wartehallen und Toilettenhäuschen hinaus bieten wir zusätzlich intelligente Kommunikation in Form elektronischer Stadtführer und entwickeln ergänzende Dienstleistungen im Bereich der Digitalisierung.

Auf diese Weise haben wir uns ein umfangreiches Portfolio erstklassiger Werbeflächen vertraglich gesichert. Gegenwärtig verfügen wir im öffentlichen und privaten Bereich über etwa 20.000 Nutzungsverträge mit Grund- und Gebäudeeigentümern. In Deutschland vermarkten wir alle Werbeflächen an und in Fernbahnen, ebenso S-Bahn-Stationen und einer

Vielzahl von U-Bahnhöfen. Mit rund 20.000 installierten Stadtmöbeln und entsprechenden Verträgen sind wir aus unserer Sicht gleichzeitig Deutschlands größter Anbieter von Stadtmöblierungen. Alle aufgestellten Werbeträger werden in unserem Unternehmen von einer eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung entwickelt und designed.

#### **Out-of-Home-Medien wirken**

Unsere Produkt- und Serviceentwicklungen werden auch im Hinblick auf ihre Wirksamkeit wissenschaftlich begleitet. In Studien mit führenden Forschungseinrichtungen in Europa untersuchen wir die Frequenz der Besucherströme an Verkehrsknotenpunkten und in Bahnhöfen. Mit in vielen Ländern erprobten Bewertungssystemen wie POSTAR zur GPS-gestützten Erfassung von Reichweiten verfügen wir über Instrumente, die zukünftig auch als Branchenlösung in Wachstumsmärkten wie der Türkei und Polen eingesetzt werden sollen. Damit können wir unseren Kunden exakte Leistungsnachweise für ihre gebuchten Flächen anbieten, ganz im Sinne unseres Anspruchs an Effizienz und Transparenz.

Die wachsende Bedeutung der Außenwerbung erschließt immer wieder neue Potenziale. Im Dezember 2010 sind wir mit unserem Angebot einer Hightech-Werbepattform in eine neue Dimension der Digitalisierung vorgestoßen. Ströer wird bis Ende 2011 in den größten 200 Bahnhöfen Deutschlands mit rund 1.000 digitalen Bildschirmen aus unserer Sicht das global erste landesweite Netz mit signifikanter Reichweite für Bewegtbildkampagnen im öffentlichen Raum etablieren. Unser Out-of-Home-Channel wird es unseren Kunden ermöglichen, mit ihren Bewegtbildkampagnen aus dem TV die Menschen auch dort zu erreichen, wo diese unterwegs sind. Mit dieser signifikanten Investition bekommt die Digitalisierung in der Außenwerbung einen entscheidenden innovativen Schub. Es können neue Werbestrategien entwickelt und die Vorzüge des Out-of-Home-Channels mit denen der traditionellen Außenwerbung intelligent verknüpft werden. Durch die digitale Anbindung aller Anlagen an die Dispositionszentrale können wir abhängig von Tageszeit, Standort, Wetterlage etc. unterschiedliche Werbebotschaften einspielen und damit im Tagesverlauf unterschiedlichste Zielgruppen ansprechen.

#### **Premium Billboards setzen Maßstäbe**

Mit Beginn des Jahres 2011 werten wir außerdem unser umfangreiches Billboard-Portfolio in Deutschland auf, indem wir an den frequenzstärksten Standorten an Straßen und in Bahnhöfen neue hinterleuchtete Vitrinen im Glas- und Aluminium-Design mit Wechslertechnik aufstellen. We create Visibility. Mit dieser Qualitäts- und Kapazitätsoffensive legen wir einen weiteren Grundstein für profitables Wachstum in den nächsten Jahren.

#### **Gesellschaftliche Verantwortung sichtbar gemacht**

Die Ströer Gruppe bekennt sich ausdrücklich zu ihrer sozialen Verantwortung. Gemeinnützigkeit ist bei uns nicht nur ein Schlagwort, sondern fester Bestandteil unserer Unternehmenswerte und Strategie. Wir unterstützen in verschiedenen Bereichen engagierte Initiativen und gemeinnützige Aktionen und machen mit unseren Werbeträgern auch deren Anliegen sichtbar. Großflächig schaffen wir Aufmerksamkeit für die Belange der „Initiative Vermisste Kinder“ oder unterstützen Hochschulprojekte mit praxisnahen Einblicken in das Out-of-Home-Geschäft. Künftig zeigen wir uns auch an der Seite der Deutschen Sporthilfe und fördern die Kampagne „Dein Herz für Deutschland“. Junge und äußerst hoffnungsvolle Nachwuchssportler werden wir auf ihrem Weg zu internationalen Meisterschaften begleiten. Als Unternehmen mit einer hohen öffentlichen Reichweite sehen wir es als selbstverständlich an, unseren Beitrag zur Verbesserung der Lebensqualität in den Städten und Gemeinden zu leisten. Wir kooperieren daher mit der Stiftung Denkmalschutz bei ihren Anstrengungen zum Erhalt baulicher Denkmäler und sorgen damit für ein attraktives Erscheinungsbild der Kommunen.

We create Visibility. Wir haben uns diesem Leitbild verschrieben, um unser Unternehmen in Zukunft erfolgreich weiterzuentwickeln und unseren Kunden optimale Kommunikationslösungen anzubieten. Unsere Partner in den Kommunen unterstützen wir mit hochwertigen und attraktiven Infrastrukturdiensten und geben gemeinnützigen Projekten ein Gesicht.



Museumsbahnsteig



Extragroßer  
Touchscreen, Dolby  
Surround und schneller  
1-GHz-Prozessor.

**connect**  
**Bestes Netz**

Perfekt  
für  
Gaming



htc

STRÖER



## Die Digitalisierung revolutioniert die Außenwerbung

Werbespots kann man in Zukunft nicht nur im Fernsehen sehen, sondern auch unterwegs. Sie laufen auf großen Displays in voller HD-Auflösung in den wichtigsten Bahnhöfen in ganz Deutschland: Der Out-of-Home-Channel ist eines unserer innovativsten Wachstumsprojekte. Visibilität ist die Voraussetzung für Markenbindung, für Emotionalität und für die Steigerung der Verkaufsquoten. Über das neue digitale Netz für Bewegtbilder erzielen die Marken und ihre Kampagnenbilder ganz neue Reichweiten. Im ersten Schritt nehmen wir bis Ende 2011 an den 200 größten Bahnhöfen Deutschlands 1.000 großformatige Bildflächen in Betrieb und erreichen damit auf Anhieb mehr als 20 Prozent der Gesamtbevölkerung. Wir setzen mit dem Out-of-Home-Channel unsere Vision von der Digitalisierung der Außenwerbung in die Realität um und starten damit eine Revolution in der Branche. Das neue Projekt wird durch die drei Megatrends dieses Jahrhunderts unterstützt – die Digitalisierung, die zunehmende Mobilität der Menschen und die Urbanisierung. Sie wirken wie Einschaltquoten für unseren neuen Kanal. Die Kunden finden im Out-of-Home-Channel die Vorteile der Außenwerbung mit denen der elektronischen Medien vereint: groß wie ein Plakat, bewegt wie Fernsehen und schnell wie das Internet. Vorlaufzeiten für eine Kampagne werden dadurch auf ein Minimum verkürzt. Die in Laufrichtung synchronisierte Bildabfolge auf den Screens erhöht die Visibilität und die Aufmerksamkeit. Dank der digitalen Vernetzung können die Kunden die Ausstrahlung sowohl geographisch als auch zeitlich steuern, was an ein neues Buchungssystem nach Reichweiten und Zeitschienen gekoppelt ist. Kleine Infotainment-Anteile fördern die Akzeptanz der Passanten und werden über ein zentral zusammengestelltes Inhaltssystem gesteuert.

VISIBILITÄT





**EINFACH DOPPELT.**  
DER NEUE McDOUBLE™ MIT DOPPELT BEEF.

1€  
1,49

sms  
schnell mal sparen

ich liebe es™

STRÖER



## Qualität im Großformat: Premium Billboards

Ströer startet an den reichweitenstärksten Standorten eine Qualitätsoffensive im Großformat. Zwar lassen sich hochwertige Standorte nicht beliebig vermehren – aber ihre Visibilität und Flächenkapazitäten schon. Bis Ende 2015 rüsten wir rund 5.000 Großflächen an Straßen und in Bahnhöfen in hinterleuchtete Glasvitrienen mit Wechselmechanismus um. Pro Standort können mit der Wechslertechnik verschiedene Plakatsmotive eingesetzt werden, die abwechselnd sichtbar sind. Das bedeutet eine deutliche Kapazitätserweiterung für die attraktivsten Standorte in allen Städten mit über 100.000 Einwohnern. Die Hinterleuchtung sorgt für hohe Aufmerksamkeit und ermöglicht impactstarke Inszenierungen von Produkten und Marken. Diese neuen Premiumprodukte verleihen den Werbebotschaften an diesen Standorten ganz neue Chancen – denn unsere reichweitenstärksten Werbeträger verschaffen unseren Kunden mehr Flexibilität beim Erreichen individueller Mediaziele, spezifischer Zielgruppen und regionaler Aufmerksamkeit. Am Tag und vor allem in der Nacht – das ganze Jahr über.









## Riesenposter für Riesenaufmerksamkeit

Kaum ein Außenwerbe-Medium erreicht die mobile Zielgruppe so wirkungs- und eindrucksvoll wie die Riesenposter, auch bekannt als blowUP. Mit ihrer Größe und Qualität dominieren sie ihr Umfeld in einem Maß, das sie zu unübersehbaren Eyecatchern an den besten Stellen europäischer Großstädte macht. Wer auf Einzelflächen von 80 bis 4.000 Quadratmetern wirbt, kommuniziert Emotion und Größe. Zusätzlichen Wert gewinnt das Medium durch seine strategischen Standorte im innerstädtischen Bereich, etwa in Szenevierteln, Einkaufsmeilen, Finanz- und Ballungszentren sowie an wichtigen Verkehrsadern. Seit 1997 Teil von Ströer, bildet blowUP nicht nur einen wichtigen Teil des nationalen Produktangebots, sondern ist für uns auch ein Instrument, auch außerhalb unserer Kernmärkte in Europa Präsenz zu zeigen. So ist blowUP die Nummer eins bei Riesenpostern in Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden und betreibt Niederlassungen in Spanien und Belgien. Insgesamt verfügen wir über rund 200 Standorte in besten Lagen, davon die Hälfte in Deutschland. So machen wir Riesenposter europaweit zu einer festen Größe im Stadtbild und in den Mediaplänen der großen werbetreibenden Firmen.







## Wachstumsmärkte Türkei und Polen

Mit der Türkei und Polen hält Ströer führende Marktpositionen in Ländern, die ein beeindruckendes Wachstumspotenzial in der Außenwerbung für die kommenden Jahre aufweisen. So wächst in der Türkei die Bevölkerung, welche jetzt schon rund 73 Millionen Menschen beträgt, ebenso rasch wie das durchschnittliche persönliche Einkommen. Demographisch interessant sind das junge Durchschnittsalter von 28 Jahren und die zunehmende Urbanisierung: Schon 53 Prozent der Bevölkerung leben mittlerweile in den 15 größten Städten des Landes und neun Städte haben mehr als eine Million Einwohner. Die globalen Megatrends Urbanisierung und wachsende Mobilität machen sich in beiden Ländern deutlich bemerkbar und lassen die Außenwerbung an der dynamischen Wirtschaftsentwicklung partizipieren. Insbesondere in der Türkei erwarten wir, dass der Werbemarkt und damit auch die Außenwerbung weiterhin überproportional von der Entwicklung der Gesamtwirtschaft profitieren wird. Mit über 43.000 vermarkteten Werbeflächen in mehr als 30 Städten und über 70 Outdoor-TV-Screens ist Ströer auch im türkischen Markt das größte Unternehmen in der Außenwerbung. Polen bietet ähnliche Perspektiven und Chancen. Hier befindet sich Ströer inzwischen in einer guten Position, an der Professionalisierung des polnischen Außenwerbemarktes maßgeblich mitzuwirken, den Markt weiter zu konsolidieren und neue Konzessionsrechte für Stadtmöbel und City-Lights zu erwerben. Insgesamt bieten wir unseren polnischen Kunden derzeit landesweit rund 20.000 Außenwerbeflächen in über 200 Städten. Unser Umsatz macht uns bereits jetzt zu einem führenden Anbieter für Außenwerbung in Polen.







## Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sehr geehrte Geschäftspartner,

hinter uns liegt ein beeindruckendes Rekordjahr: spannend, erfolgreich und voller neuer Erfahrungen. Mit einem Umsatzzuwachs auf 531 Millionen Euro und einem Anstieg des Operational EBITDA auf 127 Millionen Euro erzielten wir 2010 das beste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte. Das organische Wachstum der Gruppe erreichte 7,5 Prozent. Unter der Annahme einer seit 2009 bestehenden Vollkonsolidierung der türkischen Aktivitäten hätten der vergleichbare Umsatz sogar 562 Millionen Euro, das Operational EBITDA 134 Millionen Euro und das organische Wachstum 9,4 Prozent betragen. Alle operativen Segmente haben entscheidend zu diesem Ergebnis beigetragen und die Erwartungen mehr als erfüllt. Die positive Entwicklung zeigt sich auch in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres und stimmt uns optimistisch für den Geschäftsverlauf des Gesamtjahres.

### **Erfolgreicher Börsengang**

Ein besonderer Höhepunkt des letzten Jahres war der Börsengang, ein Meilenstein im Leben eines jeden Unternehmens. Rund 19 Millionen Aktien konnten wir bei nationalen und internationalen Anteilseignern platzieren. Der attraktive Ausgabekurs von 20 Euro, zusammen mit den positiven Wachstumschancen der Ströer Out-of-Home Media AG, führten zu einer deutlich höheren Nachfrage und damit zu einer Überzeichnung unseres Angebots. Ein überzeugender Beweis für die Attraktivität unseres Unternehmens.

Mit dem Auftritt auf dem Börsenparkett haben wir die Ströer Out-of-Home Media AG in der Öffentlichkeit sichtbarer und bekannter gemacht. Den ersten Geschäftsbericht als börsennotiertes Unternehmen haben wir deshalb unter das Motto „We create Visibility“ gestellt. Dieses Motto steht für einen Zweiklang: Es beschreibt unser Angebot als führendes Unternehmen in der Außenwerbung und gilt ebenso für unsere Position am Kapitalmarkt. So haben wir ganz bewusst ein Listing im Prime Standard der Frankfurter Börse gewählt, dem Segment mit den höchsten Transparenzkriterien für Kapitalmarktkommunikation.

Von den Gesamtemissionserlösen aus dem Börsengang in Höhe von fast 371 Millionen Euro flossen der Gesellschaft rund 290 Millionen Euro zu und versetzten uns damit in die Lage, die geplanten Maßnahmen konsequent umsetzen zu können.

### **Investitionen in europäische Wachstumsmärkte**

Eine Erhöhung des Eigenkapitals und eine deutliche Rückführung der Verschuldung haben die Finanzlage des Unternehmens erheblich verbessert. Zudem ist es uns gelungen, unsere Marktposition in den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften Europas nachhaltig zu stärken: In der Türkei erhöhten wir die Beteiligung an unserem Joint Venture auf nunmehr 90 Prozent, in Polen bauten wir mit dem Kauf der News Outdoor Poland unsere Marktposition weiter aus. Damit schufen wir wichtige Voraussetzungen, um unsere Wachstumsstrategie weiter fortzusetzen.

Mit dem Schwerpunkt unserer geschäftlichen Aktivitäten in Deutschland, der Türkei und Polen profitieren wir dort in besonderem Maße von den im europäischen Vergleich überdurchschnittlich positiven makroökonomischen Aussichten. Zusätzliche Wachstumsimpulse ergeben sich auch aus den globalen Megatrends Digitalisierung, Urbanisierung und Mobilität, die eine kontinuierliche Verschiebung des Medienverhaltens zugunsten der Außenwerbung bewirken.

Dieser Strukturwandel wird besonders in Deutschland dazu beitragen, den Außenwerbeanteil an den gesamten Werbeausgaben von derzeit noch 4 Prozent entscheidend zu erhöhen und dem europäischen Durchschnitt anzunähern.

Außerdem erwarten wir eine Steigerung des im europäischen Vergleich noch niedrigen Pro-Kopf-Werbeaufkommens in der Türkei und in Polen im Zuge der weiteren recht dynamischen volkswirtschaftlichen Entwicklung in diesen Ländern. Hier liegen für uns Marktpotenziale, die wir nutzen wollen und die uns optimistisch in die Zukunft blicken lassen.



**Out-of-Home-Channel: Bewegtbilder in HD-Qualität**

Zusätzlich generieren wir weiteres Wachstum durch den Aufbau unseres Out-of-Home-Channels in deutschen Bahnhöfen. Ströer Kunden bekommen mit diesem europaweit einzigartigen Angebot erstmals die Möglichkeit, großformatige Bewegtbilder und Videos in HD-Qualität „out of home“ für ihre Werbung zu nutzen und eine Reichweite zu erzielen, die mit mittelgroßen TV-Sendern vergleichbar ist. Damit vereint der Out-of-Home-Channel die Vorteile der Außenwerbung mit denen der elektronischen Medien – groß wie ein Plakat, animiert wie TV und schnell wie das Internet. Gleichzeitig rüsten wir in Deutschland eine bestimmte Anzahl Billboards an den frequenzstärksten Straßenstellen und in Bahnhöfen auf Premium-Versionen um: Bislang statische Werbeträger mit herkömmlicher Klebetechnik werden durch hochwertige hinterleuchtete Vitrinen mit rotierenden Plakatflächen ersetzt. Diese beiden Maßnahmen unserer Innovations- und Kapazitätsinitiative legen den Grundstein für ein profitables Wachstum in den nächsten Jahren.

**Unsere Botschaft: We create Visibility**

Unser Verständnis von We create Visibility geht aber über das Produktangebot und die Kapitalmarktkommunikation hinaus. Das Motto ist für uns gleichzeitig auch Anspruch und Herausforderung in der Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern. Faires und verantwortungsvolles Handeln in und außerhalb unserer Organisation ist ein wichtiger Bestandteil unserer Firmenphilosophie und wird von unseren Mitarbeitern in der täglichen Praxis gelebt. Nicht zuletzt drückt sich dieser Anspruch auch in unserem sichtbaren kulturellen und gesellschaftlichen Engagement aus.

In diesem Sinne bedanken wir uns bei unseren Kunden, Aktionären und Mitarbeitern für die gute Zusammenarbeit und das in uns gesetzte Vertrauen im zurückliegenden Geschäftsjahr. Vieles war neu, spannend und erfolgreich. So soll es weiterhin bleiben.

Herzliche Grüße



Udo Müller



Alfried Bührdel



Dirk Wiedenmann

Köln, im April 2011



Udo Müller  
Vorstandsvorsitzender

Udo Müller wurde 1962 in Rüdeshcim geboren. Bereits mit 19 Jahren führte er seinen ersten Verlag. Nach seinem Medizinstudium gründete er 1985 die Werbeagentur Lunenburg & Partner, die sich zu einer der führenden Agenturen in Berlin entwickelte. Mit der 1987 gegründeten Lunenburg & Partner Mediaservice GmbH stieg er in die Außenwerbung ein. 1990 schloss er sich mit Heinz W. Ströer zusammen, um mit der Ströer City Marketing GmbH neue Märkte in der Außenwerbung zu erschließen. Erster Erfolg war die umfassende Akquise von Werberechten in Ostdeutschland nach dem Mauerfall. Nach der Umfirmierung in die Ströer Out-of-Home Media AG im Jahre 2002 trieb Udo Müller durch die Übernahme der Deutsche Städte Medien (2004) und der Deutsche Eisenbahn Reklame (2005) das Wachstum des Unternehmens voran. In den Folgejahren entwickelte er den Ströer Konzern zu Deutschlands größtem Unternehmen für Außenwerbung und einem der führenden internationalen Anbieter von Out-of-Home-Medien.



Alfried Bührdel  
Finanzvorstand

Alfried Bührdel wurde 1962 in Bielefeld geboren. Von 1981 bis 1983 absolvierte er eine Ausbildung zum Bankkaufmann. Das anschließende Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster beendete er 1988 mit dem Abschluss zum Diplom-Kaufmann. Nach seinem Studium trat er 1988 in die Konzernrevision des Bertelsmann Konzerns ein. Während seiner insgesamt über neunjährigen Tätigkeit für Bertelsmann war er in verschiedenen kaufmännischen Positionen in Gütersloh, New York, Wien und München tätig, unter anderem als stellvertretender Geschäftsführer und Leiter der Finanzabteilung bei verschiedenen Unternehmen des Konzerns. Im Jahre 1998 trat er in die Ströer City Marketing GmbH, Köln, als Finanzvorstand ein. Seitdem ist er auch für die gesamte Firmengruppe als Finanzvorstand tätig. 2010 wurde Alfred Bührdel von dem Magazin Finance als CFO des Jahres ausgezeichnet.



Dirk Wiedenmann  
Deutschland Vorstand

Dirk Wiedenmann, geboren 1964, trat im Januar 2009 als Geschäftsführer der Ströer Media Deutschland GmbH in die Ströer Gruppe ein. Nach seinem Studium der Agrarwissenschaft begann er seine Karriere 1990 im Bereich Sales & Trade Marketing bei Mars/Effem. Von 2000 bis 2008 bekleidete er verschiedene Top-Management-Positionen bei Initiative Media, einem der weltweit führenden Medianetzwerke. Unter anderem war er Vorsitzender der deutschen Geschäftsführung, Regionaldirektor für Österreich, Niederlande und die Schweiz sowie Executive Vice President für Europa, den Mittleren Osten und Afrika (EMEA). Zuletzt bekleidete er die Position des Chief Operating Officer/Vorsitzenden EMEA.





## Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2010 war für die Ströer Out-of-Home Media AG und damit auch für die Tätigkeit des Aufsichtsrats von dem Börsengang und der damit einhergehenden Refinanzierung geprägt. Die Out-of-Home-Branche hat ihre Wettbewerbsfähigkeit in den letzten Jahren ausgebaut und gehört zusammen mit TV und Online zu den am stärksten wachsenden Medien in Deutschland. Die Ströer Gruppe hat von dieser Entwicklung nachhaltig profitiert.

Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsführung des Vorstands im Berichtszeitraum sorgfältig und regelmäßig überwacht. Dabei prüften wir vor allem die Rechtmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Ordnungsgemäßheit der Geschäftsführung. Außerdem begleiteten wir die Vorbereitung und Durchführung des Börsengangs, die strategische Weiterentwicklung des Konzerns sowie wesentliche Einzelmaßnahmen.

Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat sowohl in den Aufsichtsratssitzungen als auch durch schriftliche und mündliche Berichte über die Geschäftspolitik und alle relevanten Aspekte der Unternehmensplanung. Dabei wurden neben der Finanz-, Investitions- und Personalplanung der Gang der Geschäfte, die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft und des Konzerns (einschließlich der Risikolage und des Risikomanagements), die Finanzlage und die Rentabilität des Konzerns besprochen. Bei allen für den Konzern wichtigen Entscheidungen hat der Vorstand den Aufsichtsrat rechtzeitig eingebunden. Zustimmungspflichtigen Geschäften haben wir nach eingehender Beratung und Prüfung der uns vom Vorstand übergebenen Unterlagen zugestimmt.

Während des Geschäftsjahres 2010 kam der Aufsichtsrat zu zehn Sitzungen zusammen und führte eine telefonische Sitzung durch. In mehr als der Hälfte der Aufsichtsratssitzungen waren sämtliche Mitglieder des Aufsichtsrats anwesend. Darüber hinaus fassten wir Beschlüsse in drei schriftlichen Verfahren, an denen jeweils alle Aufsichtsratsmitglieder teilnahmen. In zusätzlichen Gesprächen berieten sich der Aufsichtsratsvorsitzende, der Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende und der Prüfungsausschussvorsit-

zende mit dem Vorstand – insbesondere mit dem Vorstandsvorsitzenden und dem Finanzvorstand – über Einzelheiten des Börsengangs und wesentliche Vorfälle des Geschäftsgangs. Dem Aufsichtsrat wurde darüber regelmäßig Bericht erstattet. Der Prüfungsausschuss tagte im Berichtsjahr zweimal. Der externe Abschlussprüfer, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, nahm an der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats und an allen Sitzungen des Prüfungsausschusses teil.

### **Schwerpunkte der Beratungen und Prüfungen des Aufsichtsratsplenums**

In der Sitzung am 29. Januar 2010 befasste sich der Aufsichtsrat erstmals eingehend mit künftigen Kapitalmarktmaßnahmen, darunter einem möglichen Börsengang.

Themen der Sitzung am 25. März 2010 waren neben den erneut erörterten möglichen Kapitalmarktmaßnahmen das Risikomanagement und die Pflicht zur Einführung eines internen Kontrollsystems. Außerdem besprach der Aufsichtsrat erste Details im Zusammenhang mit dem Kauf von weiteren 40 Prozent der Anteile an der türkischen Ströer Kentvizyon.

In der Bilanzsitzung am 20. April 2010 billigte der Aufsichtsrat den Jahresabschluss der Gesellschaft und den Konzernabschluss. Der Aufsichtsrat beschloss in dieser Sitzung auch, der Hauptversammlung zu empfehlen, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, zum Abschlussprüfer der Gesellschaft zu bestellen. Die Hauptversammlung folgte dieser Empfehlung in ihrer Versammlung am 26. Mai 2010, und der Aufsichtsratsvorsitzende hat anschließend einen entsprechenden Prüfungsauftrag an die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft erteilt. Nach eingehender Erörterung wurden die Pläne des Vorstands zur Einleitung der Vorbereitungen für den Börsengang zustimmend zur Kenntnis genommen und die damit einhergehende Änderung des Kreditvertrags (Facility Agreement) mit einem neu zusammengesetzten Bankenkonsortium intensiv beraten. Darüber hinaus erteilte der

Aufsichtsrat seine Zustimmung zur Akquisition der Anteile an der Ströer Kentvizyon. Der Aufsichtsrat befasste sich zusätzlich eingehend mit den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex und beschloss unter anderem, einen Prüfungsausschuss einzurichten. In dieser Sitzung haben wir zudem Dirk Wiedenmann zum Vorstand bestellt, die Amtszeiten der Vorstände Udo Müller und Alfried Bührdel verlängert sowie die Vorstandsanstellungsverträge beschlossen.

Die Sitzung am 17. Mai 2010 war, nach dem Ausscheiden von Dr. Ihno Schneevoigt und der Wahl von Martin Diederichs, die konstituierende Sitzung des neu formierten Aufsichtsrats. Es wurden die Fortschritte bei den Vorbereitungen zum Börsengang erörtert und die Entwicklung der Verhandlungen zur Anpassung des Kreditvertrags diskutiert. In Bezug auf die notwendigen Satzungsänderungen berieten wir über entsprechende Empfehlungen an die Hauptversammlung, insbesondere im Hinblick auf die Erhöhung des Grundkapitals und die Schaffung von genehmigtem und bedingtem Kapital. Außerdem behandelte der Aufsichtsrat eingehend die Struktur der Bonifizierungen für den Vorstand und genehmigte die Bonusvereinbarungen mit den Vorständen Alfried Bührdel und Dirk Wiedenmann. Während der Sitzung erfolgten auch die Wahlen in den Prüfungsausschuss.

Die Vorbereitungen für den Börsengang standen im Mittelpunkt der Sitzung am 7. Juni 2010. Eingehend besprochen wurden auch die Eckpunkte der angestrebten Akquisition der News Outdoor Poland.

Zum 17. Juni 2010 gab der Aufsichtsrat im schriftlichen Verfahren seine Zustimmung zur Akquisition der News Outdoor Poland, zur Anpassung des Kreditvertrags und zu den Änderungsvereinbarungen bei den Nachrangdarlehensverträgen mit der NRW.BANK AöR sowie der SKB Sparkassenbeteiligungsgesellschaft KölnBonn mbH.

In der Sitzung am 22. Juni 2010 befasste sich der Aufsichtsrat erneut mit dem Stand der Börsengangsvorbereitungen. Wir verabschiedeten die Empfehlungen der dazu erforderlichen Kapitalmaßnahmen an die Hauptversammlung und sprachen über die Preisspanne für die Aktien.

Bei einer Telefonkonferenz am 1. Juli 2010, einer Beschlussfassung außerhalb von Sitzungen am 5. Juli 2010, einer Sitzung am 13. Juli 2010 sowie einer weiteren Beschlussfassung außerhalb von Sitzungen am 16. August 2010 diskutierte und verabschiedete der Aufsichtsrat die Vorschläge für die Preisspanne beim Börsengang. Darüber hinaus beschloss das Gremium Empfehlungen an die Hauptversammlung wegen weiterer Kapitalmaßnahmen und Satzungsänderungen zum Börsengang.

In der Sitzung am 30. August 2010 berichtete der Prüfungsausschuss erstmals über seine Arbeit. Zusätzlich wurden die Ergebnisse der Effizienzprüfung zur Aufsichtsrats Tätigkeit beleuchtet.

Die Sitzung am 26. November 2010 stand im Zeichen des Zwischenberichts für das dritte Quartal und des entsprechenden Berichts des Prüfungsausschusses. Außerdem verabschiedeten wir die Bonusvereinbarung des Vorstandsvorsitzenden Udo Müller. Weiteres Thema war die Angemessenheit der Vergütung des Aufsichtsrats mit dem Beschluss einer Empfehlung an die nächste Hauptversammlung. Bei den neuen Vergütungen wollen wir den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zur Einrichtung einer erfolgsabhängigen Vergütungskomponente und einem Selbstbehalt bei der D&O-Versicherung nicht folgen. Ergänzend befasste sich der Aufsichtsrat mit den neuen Empfehlungen des Kodex, insbesondere den Aufgaben zur Vielfalt der Besetzung in Aufsichtsrat, Vorstand und weiteren Führungspositionen im Unternehmen.

Das Budget der Ströer Gruppe wurde in der Budgetsitzung am 17. Dezember 2010 ausführlich erörtert und beschlossen.

### **Beratungen des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats**

Der mit Beschluss der Aufsichtsratssitzung vom 20. April 2010 eingerichtete Prüfungsausschuss traf am 17. Juni 2010 zu seiner konstituierenden Sitzung zusammen und beschäftigte sich in erster Linie mit der Zeitplanung der bevorstehenden Zwischenabschlüsse sowie der Tätigkeit der Prüfungsgesellschaft in diesem Zusammenhang. Weitere Sitzungen fanden am 6. August 2010 und am 9. November 2010 mit dem Schwerpunkt der jeweiligen Zwischenabschlüsse zum 30. Juni 2010 und zum 30. September 2010 statt. An beiden Sitzungen nahmen unter der Leitung des Prüfungsausschussvorsitzenden der Finanzvorstand und der Abschlussprüfer der Gesellschaft teil. Weitere Ausschusssitzungen fanden nicht statt.

### **Jahres- und Konzernabschlussprüfung**

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2010, der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010 und der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen (Abhängigkeitsbericht) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 sind unter Einbeziehung der Buchführung und des Lageberichts der Gesellschaft bzw. des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, geprüft worden. Diese hat jeweils den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Die Abschlussunterlagen und die Prüfungsberichte wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zugestellt. Sie waren Gegenstand intensiver Beratungen im Prüfungsausschuss sowie in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 8. April 2011. An den Erörterungen im Plenum nahm der verantwortliche Abschlussprüfer teil. Er berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung und stand für Fragen zur Verfügung.

Wir haben sämtliche vom Vorstand und Abschlussprüfer vorgelegten Unterlagen eingehend geprüft. Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung erheben wir keine Einwendungen und schließen uns dem Ergebnis der Abschlussprüfung durch Ernst & Young an. Wir billigen den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss, den Konzernabschluss und den Abhängigkeitsbericht. Damit ist der vorgelegte Jahresabschluss festgestellt. Dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands stimmen wir zu.

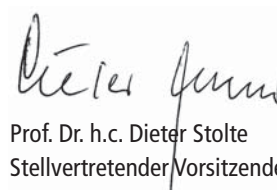
### **Personelle Veränderungen im Aufsichtsrat**

Mit Beendigung der Hauptversammlung lief am 14. Mai 2010 die Amtszeit des Aufsichtsratsmitglieds Dr. Ihno Schneevoigt aus. Von der Hauptversammlung wurde Martin Diederichs in den Aufsichtsrat gewählt. In der konstituierenden Sitzung des neu gewählten Aufsichtsrats am 17. Mai 2010 wurden Dr. Wolfgang Bornheim als Vorsitzender des Aufsichtsrats und Prof. Dr. h.c. Dieter Stolte als Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt.

### **Dank**

Unser persönlicher Dank gilt dem ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglied Dr. Ihno Schneevoigt, insbesondere für seinen Rat zu Personal-, Organisations- und Finanzierungsfragen nach der Übernahme der DSM Deutsche Städte Medien GmbH und der DERG Deutsche Eisenbahn Reklame GmbH. Darüber hinaus dankt der Aufsichtsrat dem Vorstand, den Unternehmensleitungen der Konzerngesellschaften, dem Betriebsrat sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren großen persönlichen Einsatz, ihre Leistungen und ihr fortwährendes Engagement.

Für den Aufsichtsrat



Prof. Dr. h.c. Dieter Stolte  
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats

Köln, den 8. April 2011





## Möbel für die Stadt

Werbung auf der Straße ist aus dem modernen Stadtbild nicht wegzudenken. Ihre vielfältigen Erscheinungsformen, von Uhren- oder Firmenwegweisern über City-Light-Poster bis hin zu Premium Billboards, bieten nicht nur Werbetreibenden zahlreiche Möglichkeiten. Auch für Kommunen sind wir mittlerweile unersetzlicher Partner in Fragen der Stadtmöblierung und des Stadtmarketings, da die Verschönerung des Stadtbilds oft anders kaum zu finanzieren wäre. Attraktive Stadtmöblierung bildet geradezu eine Visitenkarte für jede Stadt. Deshalb entwickelt Ströer mit international anerkannten Designern eine Vielzahl moderner Werbeträger und Stadtmöbel, die immer wieder mit den wichtigsten Designpreisen ausgezeichnet werden. So entstand für den Hamburger Stadtbereich eine City-Light-Säule, die neue Maßstäbe in der Außenwerbung setzt. Trotz der komplexen Anforderungen stellte unsere Abteilung Forschung & Entwicklung nach nur sechs Monaten das fertige Produkt zur Verfügung. Dabei unterschritt sie nicht nur den vorgegebenen Zeitrahmen um vier Wochen, sondern schuf durch die hinterleuchtete Verglasung und die Drehtechnik eine optische Neubewertung und erreichte eine viel höhere Visibilität. Außerdem hatte die neue Säule auch einen signifikanten Kostenvorteil. Mit unseren Innovationen schaffen wir auch in Zukunft Lebensqualität und ein hochwertiges Umfeld, sowohl für die Bevölkerung als auch für die Werbetreibenden.

WACHSTUM



www.mainfm.de

**DIE 10.000 € JAGD!** Jetzt MAIN FM hören und mit Ihren Megastars aus den 60ern, 70ern und 80ern fählich bis zu 10.000 € gewinnen.

Radio an: **95,1** Frankfurt

**MAIN FM**

100% Hörfunk 100% Musik 100% Energie

www.mainfm.de

**DIE 10.000 € JAGD!** Jetzt MAIN FM hören und mit Ihren Megastars aus den 60ern, 70ern und 80ern fählich bis zu 10.000 € gewinnen.

Radio an: **95,1** Frankfurt

**MAIN FM**

100% Hörfunk 100% Musik 100% Energie

www.mainfm.de

**DIE 10.000 € JAGD!** Jetzt MAIN FM hören und mit Ihren Megastars aus den 60ern, 70ern und 80ern fählich bis zu 10.000 € gewinnen.

Radio an: **95,1** Frankfurt

**MAIN FM**

100% Hörfunk 100% Musik 100% Energie

www.mainfm.de

**DIE 10.000 € JAGD!** Jetzt MAIN FM hören und mit Ihren Megastars aus den 60ern, 70ern und 80ern fählich bis zu 10.000 € gewinnen.

Radio an: **95,1** Frankfurt

**MAIN FM**

100% Hörfunk 100% Musik 100% Energie





## Mit Werbung unterwegs

Ob Busse und Bahnen, Autos und LKW oder die Züge der Deutschen Bahn: Kaum ein Werbemittel ist in unserem Alltag so sichtbar und präsent wie die Verkehrsmittel. Verkehrsmittelwerbung ist der ständige Begleiter des mobilen Menschen. Kein anderer Bereich bietet Werbetreibenden durch die Vielzahl der unterschiedlichen Werbeträger so vielfältige Möglichkeiten – und das sowohl außen als auch innen. So können unsere Kunden zum Beispiel in Bussen bzw. Bahnen kleine Swing-Cards oder Swing-Ads für Werbung nutzen. Oder sie entscheiden sich sogar für ein so genanntes Total Branding, bei dem ein komplettes Verkehrsmittel innen und außen für eine Marke kommuniziert. Außenwerbung ist die einzige Werbung, die man nicht abschalten kann. Sie ist bei jedem Augenaufschlag sichtbar und damit ein aktiver und passiver Bestandteil der täglichen Wahrnehmung. Seit einigen Jahren erkundet die moderne Marktforschung, inwiefern die Wahrnehmung Einfluss auf die Erinnerung und auf das Kaufverhalten nimmt. Mitarbeiter von Ströer tragen dazu bei, diese neue Disziplin – Neuromarketing genannt – weiter voranzubringen und fördern damit die wissenschaftlichen Grundlagen für eine noch bessere Kenntnis der Außenwerbung.



STRÖER



Rock  
9,95

H&M



## Kleine ganz groß

Kulturtreibende im lokalen und regionalen Bereich sind elementare Akteure unserer Gesellschaft. Gerade sie können aber oft nur mit kleinen Budgets um die Aufmerksamkeit des Publikums kämpfen. Ihren Anforderungen entsprechend, bieten wir auch dieser Zielgruppe verschiedene Kommunikationslösungen, die längst über die klassische Litfaßsäule hinausgehen. Dazu gehören Aushänge an Stromkästen, Masten oder Brücken ebenso wie die bekannten Dreieckständer. In der Kulturszene finden sie breite Akzeptanz, wirkt doch ein Veranstaltungshinweis auf einem attraktiven Trägermedium in Glas und Aluminium deutlich anziehender als ein illegal geklebtes Poster auf einem Bauzaun. Gleichzeitig tragen wir mit der Reduzierung der nicht genehmigten Plaktierungen zu einer nachhaltigen Verschönerung der Stadtbilder bei. Gleiches gilt für lokale Unternehmen, die mit unseren Hinweismedien ihre Sichtbarkeit für und Wahrnehmung durch potenzielle Kunden deutlich verbessern können. Firmenwegweiser, Großuhren, Fahrradständer und Mastschilder lassen sich ebenso einzeln nutzen, wie für ein strukturiertes Hinweismedienkonzept einsetzen, das für einheitliche Beschilderung und gute Auffindbarkeit sorgt. Bei allen Angeboten achten wir immer auf Individualität und Nutzerfreundlichkeit. So bieten wir Kommunen etwa Litfaßsäulen, deren Kuppeldach regionale, stadt-spezifische Anforderungen erfüllt, oder Kinderkultursäulen, deren Proportionen wir speziell der Größe und den Bedürfnissen von Kindern angepasst haben.



**ICH KÖNNTE ÜBERALL SCHLAFEN.  
ABER MUSS ICH JA NICHT.**

**ICH RESERVIERE MICH.**

Heiner Lauterbach, Schauspieler

stück  
ffee

**Morgen-  
zeitung**

7-9 Uhr

**Früh-  
shopping**

8-11 Uhr

**Mittags-  
pause**

12-14 Uhr

WANDL



THE BODY SHOP

STEFFI-MODEN  
H.A. GÜLCHER





## Großer Bahnhof für erfolgreiche Werbung

Über sieben Millionen Menschen nutzen in Deutschland täglich die Bahnen und Busse der Deutschen Bahn – das sind also über 2,6 Milliarden im Jahr. Allein für den Hamburger Hauptbahnhof bedeutet das mehr als 450.000 ein- und aussteigende Reisende und Besucher am Tag. Damit erreicht die Außenwerbung in Bahnhöfen fast 20 Prozent der Bevölkerung, viel mehr als mit einzelnen Fernsehkanälen und vielen großen Publikumsprintmagazinen zu erzielen wäre. Die Deutsche Bahn AG und unsere vielen lokalen Partner bei den Nahverkehrsbetrieben kennen diese Zahlen und wissen um ihre Attraktivität. Wie wichtig und wirkungsvoll Bahnstationen als Werbestandorte sind, beweist nun erstmals die Studie „Insight Station“, die Ströer gemeinsam mit der Universität Luxemburg durchgeführt hat. Die 360-Grad-Untersuchung bei über 2.000 Bahnhofsbesuchern analysierte die Werbewirkung am Bahnhof nach quantitativen und qualitativen Kriterien. Damit erlaubt sie valide Aussagen über die Einstellung der typischen Bahnhofsbesucher zur Werbung. Die Studie bestätigt eine Reihe von Annahmen und erklärt einen überraschenden Befund mit wissenschaftlichem Hintergrund. Danach stehen Reisende in Bahnhöfen der dortigen Werbung viel positiver und offener gegenüber als der Werbung zuhause, in ihren eigenen vier Wänden. Nach den Ergebnissen der Studie betrachten Menschen unterwegs die Werbung nicht als Unterbrechung oder Störung, sondern als Information und willkommene Verkürzung ihrer Wartezeit. Sie sind deshalb auch dazu bereit, sich näher mit den Inhalten der Werbebotschaften auseinanderzusetzen und Informationen länger zu betrachten. Auch über die Frequenz der Reisenden liefert die Studie erstmals Erkenntnisse und ist die Grundlage für ein neues, zielgruppenspezifisches Reichweitesystem in der Preisgestaltung. Wir gehen davon aus, dass diese neue Perspektive überzeugt und entsprechenden Eingang in die Veränderung der Mediapläne und des Media-Mixes unserer Kunden finden wird.



## Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns

Die in diesem Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

### Rahmenbedingungen

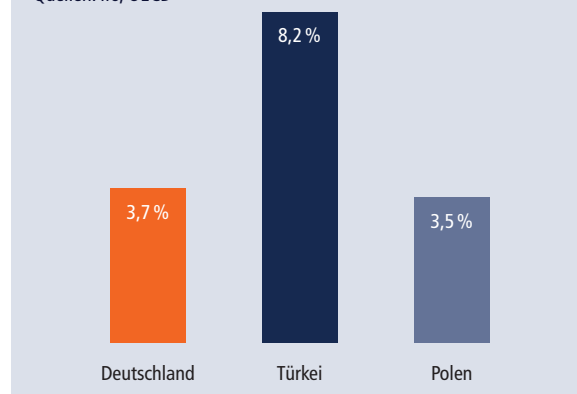
#### Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Im Jahr 2010 erholte sich die Weltwirtschaft trotz der europäischen Schuldenkrise deutlich besser als erwartet. Die globale Produktion hat im Berichtszeitraum wieder das Niveau des Jahres vor der Finanzkrise erreicht. Auch der Welthandel legte deutlich zu und konnte den drastischen Rückgang des vorangegangenen Jahres nahezu ausgleichen. Diese Konjunkturverbesserung wurde maßgeblich durch die in vielen Staaten sehr expansive Geld- und Fiskalpolitik sowie die stabile Nachfrage der Schwellenländer gestützt.

In diesem Umfeld konnte auch Europa wieder Wachstum verzeichnen. Der Euroraum wies laut ifo Institut mit einer Zunahme des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,7 Prozent ebenfalls einen positiven Trend aus. In der Betrachtung der einzelnen Länder zeigte sich ein differenziertes Bild: Während Deutschland das Bruttoinlandsprodukt um 3,7 Prozent steigerte, fiel die Rückkehr zu Wachstum in Frankreich (1,6%), Großbritannien (1,8%) und Italien (1,1%) deutlich schwächer aus. In Spanien entwickelte sich das BIP mit einem Rückgang um 0,2 Prozent sogar leicht negativ. Unter den bevölkerungsstarken EU-Ländern verzeichnete nur Polen (3,5%) eine ähnlich positive Wirtschaftsentwicklung wie Deutschland. Auch die Türkei ist als einer unserer Kernmärkte für uns von besonderer Bedeutung; das dortige BIP-Wachstum lag im vergangenen Jahr bei rund 8 Prozent.

Erwartete reale Veränderung des Bruttoinlandsprodukts in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe (2010)

Quellen: ifo, OECD



#### Deutschland

Die fortschreitende Erholung der Weltkonjunktur stärkte die deutsche Exportwirtschaft spürbar und unterstützte sie bei der Überwindung der realwirtschaftlichen Krise. Im Laufe des Berichtsjahres zog die konjunkturelle Verbesserung ihre Kraft zunehmend auch aus der inländischen Nachfrage. Die gesamtwirtschaftliche Produktion stieg laut Prognose des ifo Instituts 2010 um real 3,7 Prozent. Diese positive Entwicklung steht dabei spiegelbildlich für den erheblichen Rückgang im Jahr 2009.

Der deutsche Arbeitsmarkt zeigte sich im gesamten Krisenverlauf äußerst robust. Durch spezielle Beschäftigungsmodelle und -anreize konnte die Beschäftigtenzahl nahezu konstant gehalten werden. Im Berichtsjahr wurden sogar schon wieder neue Arbeitsplätze geschaffen. Der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zufolge legte die Einkommenserwartung während des Berichtsjahres deutlich zu und erreichte fast das Hoch der Jahre 2000 und 2001. Die deutschen Verbraucher erhofften sich vom Aufschwung positive Effekte auf die Lohnentwicklung und Tarifabschlüsse bestätigten diese Erwartungshaltung. Die günstigen Rahmenbedingungen sowie die steigende Planungssicherheit der Konsumenten förderten die Anschaffungsneigung, die sich



von einem ohnehin hohen Niveau stabil nach oben entwickelte. Der GfK-Konsumklimaindex zeigte dementsprechend einen kontinuierlichen Aufwärtstrend und erreichte zum Jahreswechsel 2010/2011 ein Drei-Jahres-Hoch.

Ebenso fiel in Deutschland, anders als in vielen anderen Industrieländern, der Anstieg der Staatsverschuldung geringer aus und es kam zu keiner signifikanten Verschärfung der Finanzierungsbedingungen der Privatwirtschaft. Damit ist Deutschland weniger von den Folgen der Krise betroffen und weist im Euroraum die stärkste wirtschaftliche Entwicklung seit dem Ende der Krise auf.

### **Türkei**

Die türkische Wirtschaft hat mit ihrem konstanten Wachstum in den vergangenen sechs Jahren eine beachtliche Entwicklung durchlaufen. Dank einer starken Finanzstruktur hat sich die türkische Wirtschaft gegenüber der weltweiten Finanzkrise auch im Berichtsjahr als robust erwiesen. Das Bruttoinlandsprodukt hat sich von 231 Milliarden US-Dollar im Jahr 2002 auf 618 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 fast verdreifacht. Der Anstieg setzte sich im vergangenen Jahr beeindruckend fort. Für 2010 schätzt die OECD das reale Wachstum des Bruttoinlandsprodukts auf 8,2 Prozent. Mit einem Plus von 8,9 Prozent in den ersten drei Quartalen 2010 belegte die Türkei erstmals Platz zwei auf der globalen Wachstumsrangliste, gleich hinter China und noch vor Indien. Dieser Erfolg beruht nicht zuletzt darauf, dass sich das 73 Millionen Einwohner zählende Land auf eine schnell wachsende, sehr junge, hoch motivierte Bevölkerung stützen kann, deren Durchschnittsalter bei 28,3 Jahren liegt. Hinzu kommen die intensiven staatlichen Bemühungen um Auslandsinvestitionen. In dem Zusammenhang zielt das im Oktober 2010 neu aufgelegte mittelfristige Wirtschaftsprogramm der türkischen Regierung darauf ab, die Produktivität weiter zu steigern und neue qualifizierte Arbeitsplätze zu schaffen.

Durch den von der Türkei eingeleiteten Beitrittsprozess zur EU wurden Strukturreformen beschleunigt, die in vielen Bereichen den Weg für tiefgreifende Veränderungen geebnet haben. Mit diesen Maßnahmen will die Türkei die Rolle des privaten Wirtschaftssektors stärken sowie die Effizienz und Widerstandsfähigkeit ihres Finanzsektors weiter verbessern. Die Reformen zeigten bereits positive Auswirkungen auf makroökonomische Kerndaten des Landes: Die Inflation fiel von 2002 bis November 2010 deutlich von 30 auf 7,3 Prozent. Der öffentliche Schuldenstand liegt seit 2004 beständig unterhalb von 60 Prozent des Bruttoinlandsprodukts, womit die Türkei das Maastricht-Kriterium zur Stabilität der öffentlichen Haushalte erfüllt.

### **Polen**

In Polen setzte sich die beeindruckende wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Jahre auch im Berichtszeitraum fort. Getragen von einem starken Export konnte das Bruttoinlandsprodukt deutlich wachsen und lag zum Ende 2010 laut polnischem Amt für Statistik bei einer Zuwachsrate von 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit zählt Polen zu den Volkswirtschaften der Europäischen Union mit der höchsten Dynamik. Die gestiegene private und öffentliche Binnennachfrage wurde von Fördermaßnahmen der EU unterstützt. Auch die 2012 bevorstehende Fußball-Europameisterschaft löste bereits erste positive wirtschaftliche Impulse aus. Die ausländischen Direktinvestitionen betragen nach Schätzungen des Wirtschaftsministeriums erneut etwa 10 Milliarden Euro.

Diese anhaltend positive Entwicklung spiegelt sich auch in dem „2010 Foreign Direct Investment Confidence Index“ der Beratungsgesellschaft von A.T. Kearney wider, der Polen als einen der weltweit attraktivsten Wirtschaftsstandorte auszeichnet. Dabei zählen vor allem gut ausgebildete Arbeitskräfte, neben dem großen Binnenmarkt, zu den Hauptargumenten für den polnischen Standort. Die seit Jahren anhaltende positive Entwicklung der Rahmenbedingungen führt auch zu einer ständigen Verbesserung der Einkommenssituation. Das Bruttoinlandsprodukt pro Kopf stieg mit Ausnahme des Krisenjahres 2009 seit Jahren kontinuierlich an. Auch die Zahl der Beschäftigten bewegt sich seit 2007 auf einem konstanten Niveau, was angesichts der Krisenjahre als Erfolg zu werten ist.

## Entwicklung der Außenwerbebranche 2010

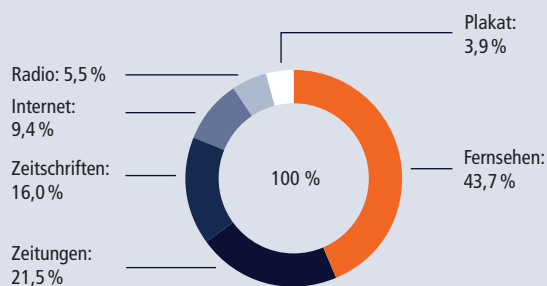
### Deutschland

Die Medienlandschaft in Deutschland war 2010 von zunehmendem Optimismus geprägt. Bereits im Frühjahrsmonitor der Organisation der Mediaagenturen (OMG) zeigten sich 65 Prozent der Befragten davon überzeugt, dass die Bruttowerbeaufwendungen der klassischen Medien gegenüber dem Vorjahr steigen würden. Diese Einschätzung täuschte nicht: Nielsen Media Research berichtet für das Jahr 2010 eine signifikante Zunahme der Bruttowerbespendings. Die von Nielsen verwendeten Marktdaten stellen für uns Trendaussagen dar, erlauben aber aufgrund unterschiedlicher Definitionen und Marktabgrenzungen nur eingeschränkt Ableitungen auf die für den Medienmarkt relevanten Nettogrößen. Der Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) veröffentlicht die offiziellen Nettoumsätze für 2010 erst im Mai 2011. Laut ZAW verzeichnete die Out-of-Home-Branche 2009 Werbeeinnahmen von 738 Millionen Euro. Ströer erwartet ein stabiles Wachstum der Branche in 2010 und geht von einem Nettomarktwachstum im mittleren einstelligen Bereich aus.

Auf Basis der bislang verfügbaren Nielsen-Bruttozahlen waren die Treiber der dynamischen Entwicklung in 2010 im Wesentlichen die Werbeinvestitionen in Online- und TV-Werbung. Dabei übertraf der Anteil von Online an den gesamten Werbeausgaben nach der Statistik des Online-Vermarkterkreises im Bundesverband Digitale Wirtschaft erstmals den der Zeitungen. Die Out-of-Home-Medien verzeichneten mit einem Anstieg der Bruttowerbeerlöse von 6,4 Prozent das drittstärkste Wachstum im vergangenen Jahr. Auch im Zwei-Jahres-Vergleich bestätigt sich die Attraktivität unseres Mediums. Die kumulierten Bruttospending für die Out-of-Home-Medien stiegen im Zeitraum 2008 bis 2010 um 21,9 Prozent, während die von TV um 19,6 und Print um 2,7 Prozent zurückgingen.

### Marktanteil der Werbeträger in Deutschland (2010)

Quelle: Nielsen Media Research



### Türkei

Der türkische Out-of-Home-Markt erholte sich 2010 deutlich und dürfte bereits ein höheres Gesamtvolumen der Nettowerbespendings erreicht haben als vor der Wirtschaftskrise. Die Ergebnisse der Zenithstudie beziffern den Anstieg – währungskursbereinigt – auf starke 18,4 Prozent gegenüber 2009, was leicht über dem Wachstum des gesamten Werbemarktes von 17,8 Prozent liegen dürfte. Dieser Trend wird bestätigt durch die Markteinschätzung von MagnaGlobal, die jedoch insgesamt ein Wachstum von 38,0 Prozent ausweist.

### Polen

Der Außenwerbemarkt in Polen gab 2010 leicht nach und konnte demnach die Verluste aus dem Krisenjahr 2009 noch nicht kompensieren. Nach Angaben der polnischen Outdoor Advertising Chamber of Commerce lagen die Umsätze um 0,7 Prozent unter den Ergebnissen des Vorjahres. In Polen bestehen gute Entwicklungschancen durch eine veränderte Marktstruktur. Die begonnene Konsolidierung des ehemals stark fragmentierten Marktes lässt dynamische Wachstumsraten erwarten.



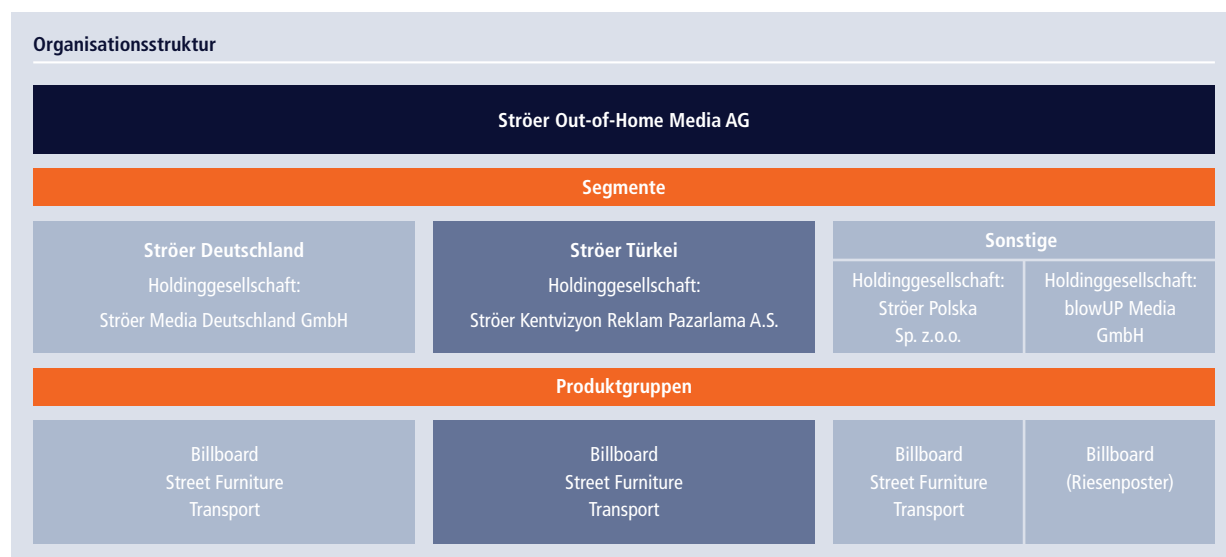
## Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie Geschäftsverlauf

### Akquisitionen, Investitionen und Desinvestitionen

Der strategische Fokus des Konzerns lag im Berichtsjahr auf der stärkeren Internationalisierung der Geschäftsaktivitäten, der Ausweitung der Wettbewerbsvorteile sowie dem nachhaltigen Ausbau der Profitabilität. Daran richteten wir auch die Akquisitions- und Investitionstätigkeit des vergangenen Jahres konsequent aus. So bauten wir unsere Position im dynamisch wachsenden Werbemarkt der Türkei durch die Aufstockung unseres bisherigen 50-Prozent-Anteils an der Ströer Kentvizyon auf einen Anteilsbesitz von nunmehr 90 Prozent aus. In diesem Zusammenhang zahlten wir einen Kaufpreis von 55 Millionen Euro an einen der bisherigen türkischen Mitgesellschafter und verstärkten damit unsere bedeutende Marktposition in der Türkei nachhaltig.

Darüber hinaus übernahmen wir im Oktober 2010 sämtliche Anteile der News Outdoor Poland zu einem Kaufpreis von vorläufig 22,6 Millionen Euro. Durch die Übernahme festigten wir unsere Stellung auf dem polnischen Außenwerbemarkt besonders im wichtigen Segment der 18-qm-Flächen und positionieren uns damit in aussichtsreicher Weise für die weitere Konsolidierung und Professionalisierung dieses wichtigen und aufstrebenden Werbemarktes.

Im Kernmarkt Deutschland investierten wir primär in den Bestand unseres Werbeträgernetzes, die Ausweitung unseres Beteiligungsportfolios sowie unsere wichtigen Zukunftsprojekte Out-of-Home-Channel und Premium Billboard sowie zu einem kleinen Teil in die Arrondierung unseres Beteiligungsportfolios.



### Umsatzerlöse

Der Konzern konnte die Umsatzerlöse 2010 auf die Rekordmarke von 531,3 Millionen Euro steigern und erreichte damit im Vergleich zum Vorjahr einen Zuwachs von 13,1 Prozent. Das Umsatzwachstum ist vorrangig auf die deutliche wirtschaftliche Erholung in den Kernmärkten Deutschland und Türkei sowie das Riesenpostergeschäft zurückzuführen. Der um Währungs- und Konsolidierungseffekte bereinigte Umsatzanstieg der Gruppe lag bei 7,5 Prozent.

Unter der Annahme einer seit 2009 bestehenden Vollkonsolidierung der türkischen Aktivitäten hätten der Umsatz 561,8 Millionen Euro und das vergleichbare organische Wachstum 9,4 Prozent betragen.

Die Verteilung der Umsätze auf die einzelnen Geschäftsbereiche zeigt die folgende Tabelle:

In Mio. EUR	2010	2009
Ströer Deutschland	409,9	393,3
Ströer Türkei	68,6	33,5
Sonstige	52,8	43,0
<b>Summe</b>	<b>531,3</b>	<b>469,8</b>

Die Inlandsumsätze stiegen im Berichtsjahr um 4,1 Prozent auf 417,9 Millionen Euro (Vj.: 401,5 Millionen Euro), wohingegen die Auslandsumsätze auf 113,4 Millionen Euro zulegten (Vj.: 68,3 Millionen Euro).

Weitergehende Informationen zu der Entwicklung der Segmente finden Sie ab Seite 41.

## Ertragslage

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung In Mio. EUR	31.12.2010		31.12.2009		Veränderung	
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>						
Umsatzerlöse	531,3	100,0%	469,8	100,0%	61,5	13,1%
Umsatzkosten	-332,5	-62,6%	-300,7	-64,0%	-31,8	10,6%
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>198,8</b>	<b>37,4%</b>	<b>169,1</b>	<b>36,0%</b>	<b>29,7</b>	<b>17,6%</b>
Vertriebskosten	-70,7	-13,3%	-67,3	-14,3%	-3,4	5,0%
Verwaltungskosten	-88,0	-16,6%	-64,6	-13,8%	-23,4	36,2%
Sonstige betriebliche Erträge	76,8	14,5%	13,7	2,9%	63,1	>100,0%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8,3	-1,8%	-11,9	-2,5%	3,6	-30,0%
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	-100,0%
<b>EBIT</b>	<b>108,6</b>	<b>20,4%</b>	<b>38,9</b>	<b>8,3%</b>	<b>69,6</b>	<b>&gt;100,0%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>162,5</b>	<b>30,6%</b>	<b>93,3</b>	<b>19,9%</b>	<b>69,2</b>	<b>74,2%</b>
<b>Operational EBITDA</b>	<b>127,3</b>	<b>24,0%</b>	<b>100,0</b>	<b>21,3%</b>	<b>27,2</b>	<b>27,2%</b>
Finanzergebnis	-52,8	-9,9%	-47,3	-10,1%	-5,6	11,8%
<b>EBT</b>	<b>55,7</b>	<b>10,5%</b>	<b>-8,3</b>	<b>-1,8%</b>	<b>64,1</b>	<b>n.d.</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0	0,0%	9,6	2,0%	-9,5	-99,6%
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>	<b>55,8</b>	<b>10,5%</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3%</b>	<b>54,5</b>	<b>&gt;100,0%</b>
<b>Ergebnis nach Steuern aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0%</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,1</b>	<b>-100,0%</b>
<b>Überschuss</b>	<b>55,8</b>	<b>10,5%</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2%</b>	<b>54,6</b>	<b>&gt;100,0%</b>



Im Berichtsjahr erzielte der Konzern mit 55,8 Millionen Euro den in der Geschichte des Unternehmens höchsten Jahresüberschuss, der gegenüber dem Vorjahr (1,1 Millionen Euro) um ein Vielfaches gesteigert werden konnte. Ebenso konnten wir auf Ebene der bereinigten Ergebniskennzahl Operational EBITDA mit einem Anstieg von 27,2 Prozent eine neue historische Bestmarke erzielen.

Das Bruttoergebnis vom Umsatz stieg auf 198,8 Millionen Euro und übertraf damit den Vorjahreswert markant um 29,7 Millionen Euro. Gleichzeitig vergrößerte sich die Bruttoertragsmarge um 1,4 Prozentpunkte auf 37,4 Prozent.

Die Zunahme der Bruttoertragsmarge ist durch mehrere Faktoren zu erklären. Zum einen bestehen in allen Segmenten Festmietverträge in erheblichem Umfang, die bei höheren Umsätzen keine Mieterhöhung in entsprechender Höhe bewirken. Zum anderen führte die Umsatzentwicklung bzw. Umsatzzusammensetzung innerhalb der einzelnen Produktgruppen zu einer Margenverbesserung, da ein größerer Teil der Buchungen auf Werbeträger mit auslastungsunabhängigen Bewirtschaftungskosten entfiel.

Gegenläufig wirken sich die Effekte aus der Kaufpreisallokation (Purchase Price Allocation) für Ströer Kentvizyon aus, die zu einem zusätzlichen Abschreibungseffekt von 7,1 Millionen Euro auf die aufgedeckten stillen Reserven führte, wovon ein Großteil auf Sachverhalte entfällt, die nur einmalig im Jahr 2010 angefallen sind. Auswirkungen aus der Purchase Price Allocation von News Outdoor Poland sind im vorliegenden Abschluss noch nicht enthalten, da der sich aus der Akquisition ergebende Unterschiedsbetrag im Einklang mit IFRS 3 vorläufig im Firmenwert verbucht wurde.

Die Vertriebskostenquote konnten wir im Geschäftsjahr 2010 infolge eines deutlich verbesserten Umsatzes um 1 Prozentpunkt auf 13,3 Prozent senken. Gleichzeitig haben wir auch die um die Kosten des Börsengangs bereinigte Verwaltungskostenquote im abgelaufenen Geschäftsjahr um 0,5 Prozentpunkte auf 13,3 Prozent verringert. Dazu hat insbesondere eine sehr vorteilhafte Kostenentwicklung im Deutschlandgeschäft beigetragen. Nur unter Berücksichtigung der Sonderaufwendungen des IPO ist ein Anstieg der Verwaltungskostenquote auf 16,6 Prozent festzustellen.

Positiv beeinflusst wurde die Ertragslage durch die Neubewertung der bereits gehaltenen Anteile an der Ströer Kentvizyon sowie die Effekte aus der nach IFRS 3 vorgeschriebenen Entkonsolidierung des bisherigen Joint Ventures. Hieraus resultiert insgesamt ein Effekt von 61,4 Millionen Euro, der den Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge erklärt.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 3,6 Millionen Euro, was im Wesentlichen auf die im Jahr 2009 erfasste Wertminderung auf den Goodwill des Segments Polen in Höhe von 4,0 Millionen Euro zurückzuführen ist. Darüber hinaus waren im Vorjahr aufgrund der Nachwirkungen der Finanzkrise noch höhere Aufwendungen für Wertberichtigungen auf Forderungen zu verzeichnen.

Das Finanzergebnis ist aufgrund diverser nicht zahlungswirksamer Sondereffekte um 5,6 Millionen Euro auf -52,8 Millionen Euro gesunken. Wesentliche Einflussfaktoren sind die Umgliederung von bisher ergebnisneutral im Eigenkapital erfassten Hedge-Ergebnissen sowie einmalige Aufzinsungsaufwendungen im Zusammenhang mit erfolgten Darlehensrückzahlungen. Gemindert wurden diese Belastungen durch Erträge aus Barwertveränderungen von nicht in Sicherungsbeziehung stehenden Zinsswaps, die aus entsprechenden Veränderungen der Zinsstrukturkurve resultieren. Weitere Erläuterungen zu der Entwicklung des Derivate-Portfolios sind dem Konzernanhang, Seite 133, zu entnehmen.

Im Geschäftsjahr 2010 gleichen sich steuerliche Be- und Entlastungen nahezu aus, sodass sich im Ergebnis die Steuerquote des Konzerns auf 0 Prozent beläuft. Eine detaillierte Überleitungsrechnung vom erwarteten zum tatsächlichen Steueraufwand finden Sie im Konzernanhang auf Seite 113.

## Vermögenslage

Konzernbilanz In Mio. EUR	31.12.2010	31.12.2009	Veränderung	
<b>Aktiva</b>				
Langfristig gebundenes Vermögen				
Immaterielle Vermögenswerte	529,7	393,3	136,5	34,7 %
Sachanlagen	213,0	180,9	32,1	17,8 %
Steueransprüche	9,4	31,5	-22,2	-70,3 %
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	10,7	9,1	1,7	18,3 %
	762,8	614,7	148,1	24,1 %
Kurzfristig gebundenes Vermögen				
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	107,2	68,2	39,0	57,1 %
Liquide Mittel	106,1	57,3	48,9	85,3 %
Steueransprüche	4,2	4,3	-0,1	-1,4 %
Vorräte	5,1	4,1	1,0	24,2 %
	222,6	133,8	88,7	66,3 %
<b>Bilanzsumme</b>	<b>985,4</b>	<b>748,6</b>	<b>236,8</b>	<b>31,6 %</b>
<b>Passiva</b>				
Langfristige Finanzierungsmittel				
Eigenkapital	296,6	-48,1	344,7	> -100,0 %
Fremdkapital				
Finanzielle Verbindlichkeiten	426,6	555,9	-129,3	-23,3 %
Latente Steuerverbindlichkeiten	61,6	75,6	-13,9	-18,4 %
Rückstellungen	36,8	31,9	4,9	15,5 %
	525,0	663,4	-138,3	-20,9 %
Kurzfristige Finanzierungsmittel				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	67,6	50,9	16,7	32,7 %
Finanz- und sonstige Verbindlichkeiten	70,3	52,2	18,1	34,6 %
Rückstellungen	17,5	23,6	-6,2	-26,1 %
Ertragsteuerverbindlichkeiten	8,4	6,5	1,9	29,1 %
	163,8	133,3	30,5	22,9 %
<b>Bilanzsumme</b>	<b>985,4</b>	<b>748,6</b>	<b>236,8</b>	<b>31,6 %</b>

Die Bilanzsumme des Konzerns erhöhte sich im Berichtsjahr um 236,8 Millionen Euro auf rund 1,0 Milliarde Euro.

Auf der Aktivseite stiegen sowohl das langfristig als auch das kurzfristig gebundene Vermögen deutlich an. Im langfristig gebundenen Vermögen wird diese Entwicklung maßgeblich durch die Erwerbe in der Türkei und Polen getrieben, die zu einer Erhöhung des aktivierten Goodwills und, im Fall von Ströer Kentvizyon, der aktivierten Werbenutzungsrechte führten. Das kurzfristig gebundene Vermögen wuchs aufgrund einer markanten Zunahme der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte. Hier vermischen sich Effekte aus den vorgenannten erstmaligen Vollkonsolidierungen mit höheren Forderungsbeständen aus dem deutlich gestiegenen Geschäftsvolumen. Gleichzeitig vergrößerten sich die liquiden Mittel als Folge eines verbesserten Cash-Flows aus der Finanzierungstätigkeit. Durch die im IPO erfolgte Zuführung von Eigenmitteln ist das langfristig gebundene Vermögen zu mehr als 100 Prozent durch langfristige Fremd- und Eigenkapitalbestandteile fristenkongruent gedeckt.



Der Börsengang sowie die im Börsenprospekt dargestellten Refinanzierungsmaßnahmen prägten auch die Entwicklung auf der Passivseite. Der Anstieg des Eigenkapitals ist im Wesentlichen auf die Erhöhung der Kapitalrücklage sowie das verbesserte Jahresergebnis zurückzuführen. Der Konzern weist dadurch für 2010 eine erheblich gestiegene Eigenkapitalquote von 30,1 Prozent aus. Der Mittelzufluss aus dem Börsengang ermöglichte außerdem eine deutlich verringerte Inanspruchnahme langfristiger Fremdkapitalmittel, die durch Rückzahlung von Darlehenstranchen signifikant um 20,9 Prozent reduziert werden konnten.

## Finanzlage

In Mio. EUR	2010	2009
Cash-Flow aus operativer Tätigkeit	30,3	36,1
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-98,5	-19,5
Free Cash-Flow	-68,2	16,6
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	117,1	-1,9
Mittelveränderung	48,9	14,8
Mittelbestand	106,1	57,3

Der um die Sondereffekte aus dem Börsengang bereinigte Cash-Flow aus operativer Tätigkeit erhöhte sich auf 57,7 Millionen Euro und übertraf damit den Vorjahreswert um 59,8 Prozent. Die Verbesserung spiegelt die stark verbesserte Umsatz- und Ertragssituation der gesamten Gruppe wider.

Der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit wurde im Jahr 2010 vor allem durch die Akquisitionen in der Türkei und Polen beeinflusst. Bereinigt um diese Akquisitionseffekte betrug der Cash-Flow aus Investitionstätigkeit 25,5 Millionen Euro. Die Auszahlungen in das Anlagevermögen bewegten sich damit rund 6 Millionen Euro über dem Vorjahr und beinhalten auch erstmalige Investitionsbeträge für unsere Zukunftsprojekte Premium Billboard und Out-of-Home-Channel sowie kapazitätserweiternde Investitionen im Wachstumssegment Türkei.

Im Juni 2010 passten wir die bestehende langfristige Fremdfinanzierung unseren Finanzierungsbedürfnissen sowie den verbesserten Rahmenbedingungen am Kapitalmarkt an. Im Ergebnis konnten wir höher verzinsliche Darlehenstranchen in Deutschland und der Türkei um rund 150 Millionen Euro reduzieren. So haben wir im Inland nicht nur eine Tranche in Höhe von 75 Millionen Euro sowie rund 50 Prozent unserer Nachrangdarlehen (21 Millionen Euro) zurückgeführt, sondern tilgten vollumfänglich auch das im Segment Ströer Türkei bestehende 51 Millionen Euro Darlehen einer Auslandsbank.

Gleichzeitig konnten wir die Bedingungen des neu vereinbarten syndizierten Kredits, der sich aus 395 Millionen Euro Darlehen und 62,5 Millionen Euro Betriebsmittellinie zusammensetzt, verbessern. Wesentliche Bestandteile dieser Neuverhandlungen umfassten die Verlängerung der Laufzeit bis zum 30. Juni 2014, einen geringeren Umfang an Kreditsicherheiten und Kreditauflagen sowie die Berücksichtigung einer verschuldungsabhängigen Kreditmarge (Margin Grid). Die Bandbreite dieser Kreditmarge liegt zwischen 325 Basispunkten und 400 Basispunkten und betrug zum 31. Dezember 2010 375 Basispunkte. Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen marktüblichen Usancen und bestehen nur noch für zwei Kennziffern. Eine tiefergehende Darstellung der Fremdfinanzierungsinstrumente findet sich im Konzernanhang auf Seite 128 bei den Ausführungen zu Finanzverbindlichkeiten sowie auf Seite 139 bei den Ausführungen zu sonstigen finanziellen Verpflichtungen.

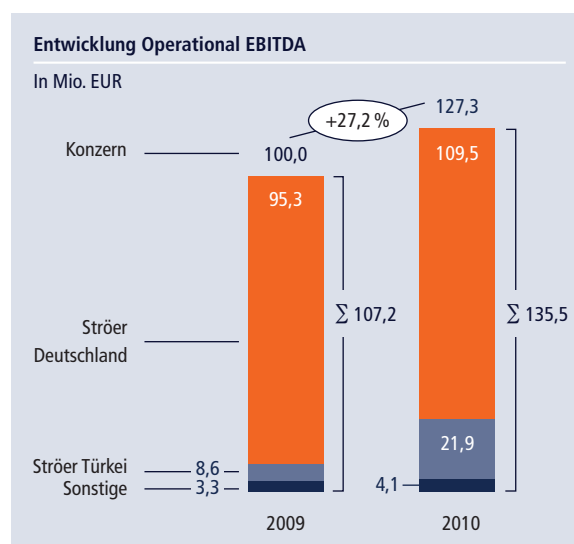
In Mio. EUR		31.12.2010	31.12.2009	Veränderung	
(1)	Langfristige Finanzverbindlichkeiten	426,6	555,9	-129,3	-23,3 %
(2)	Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	39,2	26,5	12,7	47,8 %
(1)+(2)	Summe Finanzverbindlichkeiten	465,7	582,4	-116,7	-20,0 %
(3)	Derivative Finanzinstrumente	39,5	29,8	9,8	32,8 %
(1)+(2)-(3)	Finanzverbindlichkeiten ohne derivative Finanzinstrumente	426,2	552,6	-126,4	-22,9 %
(4)	Liquide Mittel	106,1	57,3	48,9	85,3 %
(1)+(2)-(3)-(4)	Nettoverschuldung	320,1	495,4	-175,3	-35,4 %

Die Nettoverschuldung des Konzerns reduzierte sich um 35,4 Prozent. Ausschlaggebend für diesen deutlichen Rückgang sind die bereits beschriebene Rückführung einzelner Kredittranchen sowie die Erhöhung der verfügbaren liquiden Mittel. Der dynamische Verschuldungsgrad, definiert als Nettoverschuldung geteilt durch Operational EBITDA, verminderte sich signifikant von 5,0 auf 2,5 und unter Annahme einer ganzjährigen Berücksichtigung der in 2010 durchgeführten Transaktionen in Türkei, Polen und Deutschland sogar auf nur 2,4.

### Steuerungsrelevante Informationen

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter Kennzahlen im Sinne einer nachhaltigen Wertentwicklung. Durch eine konzernweit in allen Gesellschaften implementierte Reportingstruktur ist gewährleistet, dass wir laufend über den Wertbeitrag sämtlicher Konzerngesellschaften und des Konzerns insgesamt informiert sind. Gleichzeitig stellen wir dadurch sicher, dass wir die durch unsere Kreditgeber vorgegebenen Auflagen einhalten.

Den hohen Anforderungen des Kapitalmarktes entsprechen wir durch eine detaillierte und transparente Zwischenberichterstattung zu den Quartalen sowie eine ausführliche Berichterstattung im Konzernabschluss und im Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. Unsere Anteilseigner sowie potenzielle Investoren können sich demzufolge jederzeit ein Bild über die Lage des Konzerns machen.



Wesentliche Steuerungsgrößen für den Konzern sind die Umsatzerlöse, das Operational EBITDA und die Nettoverschuldung. Das Operational EBITDA stellt die nachhaltige Ertragsentwicklung des Konzerns aus unserer Sicht am besten dar, da hier Einmaleffekte in Aufwendungen und Erträgen bereinigt werden. Welche Einmaleffekte wir zur Ermittlung des Operational EBITDA eliminieren und welchen Umfang diese Effekte haben, legen wir im Konzernanhang auf Seite 131 offen.

Das Operational EBITDA des Konzerns und der einzelnen Segmente stellt sich wie folgt dar:

In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung	
Konzern	127,3	100,0	27,2	27,2 %
Ströer Deutschland	109,5	95,3	14,2	14,9 %
Ströer Türkei	21,9	8,6	13,3	>100,0 %
Sonstige	4,1	3,3	0,8	25,4 %



## Ertragslage der Segmente

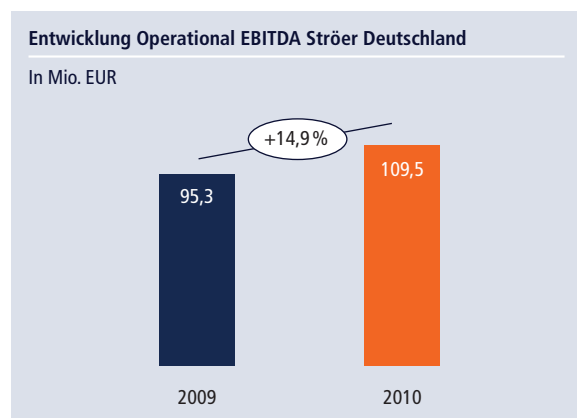
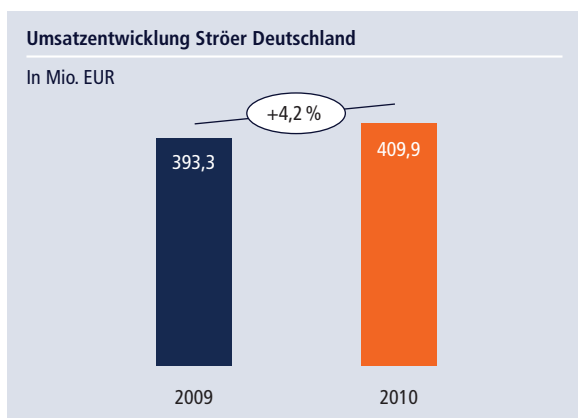
Unsere Aktivitäten steuern wir nach den drei Segmenten Deutschland, Türkei und Sonstige, in dem wir die Aktivitäten in Polen sowie unser Engagement auf dem Riesenpostermarkt in Westeuropa zusammengefasst haben. Eine ausführliche Darstellung der Segmentierung und der Produktgruppen bietet der Konzernanhang auf Seite 130.

### Ströer Deutschland

In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>409,9</b>	<b>393,3</b>	<b>4,2 %</b>
Billboard	179,0	174,0	2,9 %
Street Furniture	113,6	108,6	4,7 %
Transport	72,0	68,0	6,0 %
Sonstige	45,2	42,7	5,9 %
<b>Operational EBITDA</b>	<b>109,5</b>	<b>95,3</b>	<b>14,9 %</b>

Das Segment Ströer Deutschland beendete das Geschäftsjahr 2010 mit einem Umsatzplus von 4,2 Prozent gegenüber Vorjahr. Zu dieser erfreulichen Entwicklung trugen alle Produktgruppen in nahezu gleicher Höhe bei. Der umsatzstärkste Bereich Billboard zeichnete sich durch eine Ausweitung der Kapazität höherwertiger Produkte, wie zum Beispiel Mega-Lights, sowie eine verbesserte Auslastung des Portfolios aus. Im Bereich Street Furniture profitierten wir vorrangig von Mengeneffekten aus der Steigerung der Anzahl unserer Werbeträger sowie deren verbesserter Auslastung. Die Entwicklung im Segment Transport beruhte insbesondere auf dynamisch steigenden Umsatzerlösen der digital angesteuerten Werbeträger. Der Umsatzanstieg im Produktbereich Sonstige korrespondiert mit der Zunahme bundesweiter Kampagnen auf den von uns angebotenen Werbeträgern, die punktuell um Werbeträger von Drittanbietern ergänzt wurden. Als Umsatz aus diesem kampagnenbezogenen Zukauf weisen wir die im Konzern verbleibende Marge aus.

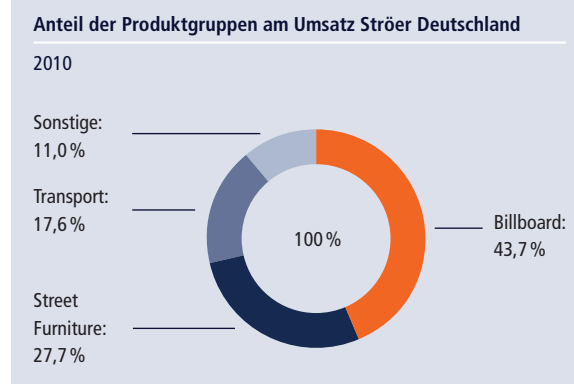
Im Jahr 2010 profitierten wir nicht nur von unseren vertrieblichen Anstrengungen auf nationaler und regionaler Ebene, sondern auch von einem konsequenten Kostenmanagement. So hat die intensivierte Vermarktung höherwertiger und mehrflächiger Werbeträger nur zu einem unterproportionalen Anstieg der Umsatzkosten geführt und damit die Grundlage für die deutliche Verbesserung des Bruttoergebnisses gelegt. Verstärkt wurde dieser Effekt durch die Vorteile der Fixkostendegression auf Standorten mit auslastungsunabhängigen Mietzahlungen. Die Ausweitung des Geschäftsvolumens konnte dabei durch die gezielte Nutzung von Effizienzpotenzialen ohne eine nennenswerte Erhöhung der Fixkosten im Vertriebs- und Verwaltungsbereich erreicht werden. Dadurch ist es uns gelungen, die Operational EBITDA-Marge um 2,5 Prozentpunkte auf 26,7 Prozent zu steigern (Vj.: 24,2 %).



Die Investitionen lagen zu Jahresbeginn durch die Nutzung bestehender Vorratsbestände und die Fokussierung der Organisation auf den Börsengang auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. In der zweiten Jahreshälfte bestand dagegen eine erhöhte Investitionsneigung mit dem Schwerpunkt auf Ersatz- und Erweiterungsinvestitionen sowie die Inangasetzung unserer Wachstumsprojekte Premium Billboard und Out-of-Home-Channel, sodass das operative Investitionsniveau (ohne Berücksichtigung von Anteilskäufen) auf 16,9 Millionen Euro anstieg (Vj.: 13,8 Millionen Euro).

### Ströer Türkei

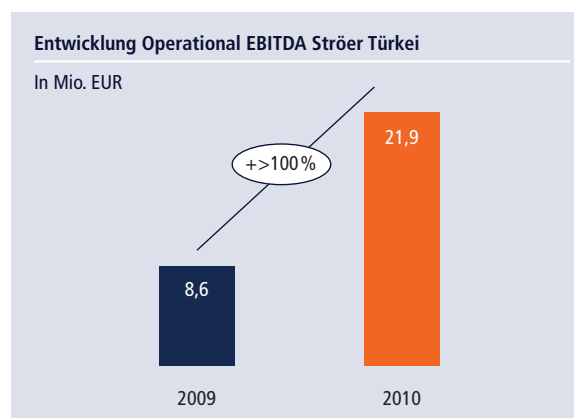
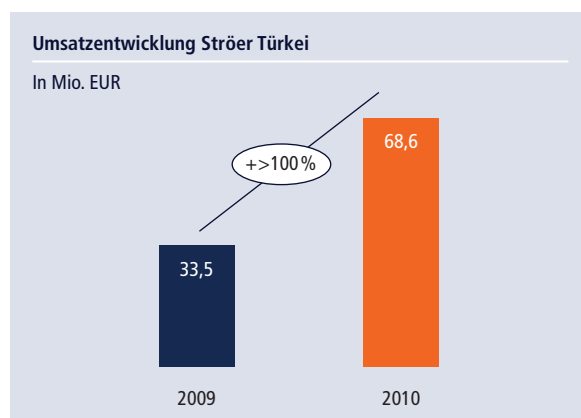
In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>68,6</b>	<b>33,5</b>	<b>&gt; 100,0 %</b>
Billboard	46,8	23,3	> 100,0 %
Street Furniture	20,5	9,2	> 100,0 %
Transport	1,3	0,9	37,0 %
<b>Operational EBITDA</b>	<b>21,9</b>	<b>8,6</b>	<b>&gt; 100,0 %</b>



Die Entwicklung im Segment Ströer Türkei ist wesentlich geprägt von dem dynamischen Aufschwung der Medienindustrie. Zusätzliches Wachstum resultierte aus der erstmaligen Vollkonsolidierung des Teilkonzerns infolge der Aufstockung unseres Kapitalanteils auf 90 Prozent der Anteile zu Beginn September 2010. Zur besseren Vergleichbarkeit stellen wir nachfolgend auf das Umsatz- und Ergebnisbild ab, welches sich bei einer bereits zum 1. Januar 2009 unterstellten Vollkonsolidierung ergeben hätte:

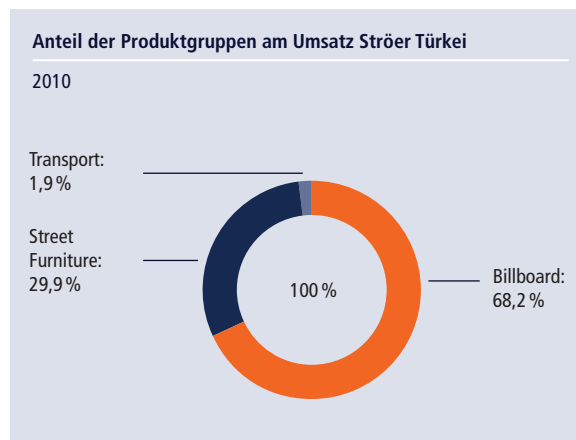
In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung
Umsatz	99,1	67,0	47,9 %
Operational EBITDA	28,7	17,3	66,1 %

Die Aufwertung der Türkischen Lira zum Euro führte im Jahr 2010 zu einem positiven Wechselkurseffekt. Währungsbereinigt hätte der Umsatz im Berichtsjahr 91,5 Millionen Euro erreicht und entspricht damit einem organischen Umsatzwachstum von 36,4 Prozent. Das Umsatzwachstum wurde durch eine deutlich lebhaftere Geschäftstätigkeit in den Produktgruppen Street Furniture (+62 %) und Billboard (+44 %) getrieben. In regionaler Hinsicht lagen die Vertriebschwerpunkte insbesondere in Istanbul und den übrigen Metropolen. Neben Auslastungsverbesserungen konnten in Abhängigkeit von Region und Produkt selektive Preiserhöhungen im Markt durchgesetzt werden.





Positive Effekte aus der Fixkostendegression machten sich auch im türkischen Geschäft bemerkbar und führten unter anderem aufgrund des hohen Anteils von auslastungsunabhängigen Standortmieten zu einer überproportionalen Steigerung des Bruttoergebnisses sowie zu einer damit einhergehenden deutlichen Verbesserung der Bruttoergebnismarge in Prozent des Umsatzes. Die daraus resultierenden finanziellen Vorteile wurden nur teilweise durch höhere Overheadkosten kompensiert. Letztere ergaben sich aus erhöhten Personalkosten aufgrund von erfolgsabhängigen Gehaltsbestandteilen sowie der Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter in Vorbereitung auf die erwartete Ausweitung des Geschäftsvolumens. Insgesamt konnte das Operational EBITDA überproportional um über 66 Prozent zulegen, was zu einer Operational EBITDA-Marge von 28,9 Prozent (Vj.: 25,8 %) führte.

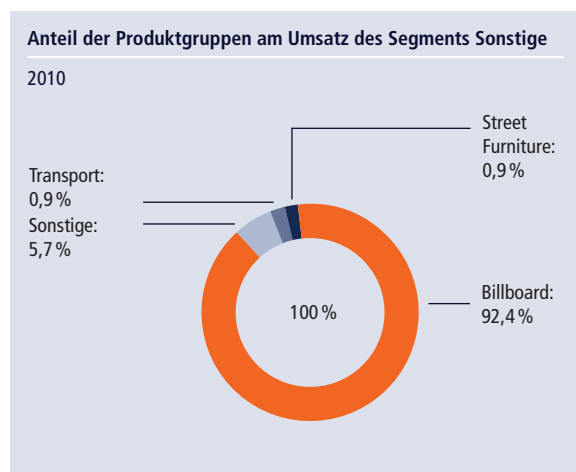


Basierend auf der Strategie, unsere Netzgrößen in der Türkei qualitativ und quantitativ weiter auszubauen, tätigten wir Investitionen sowohl im Bereich Street Furniture als auch im Bereich Billboard in Höhe von insgesamt 12,4 Millionen Euro (Vj.: 10,2 Millionen Euro). Dabei profitierten wir auch von den geleisteten Investitionen in unseren Werbeträgerbestand während der zurückliegenden Krisenjahre, die uns in Kombination mit den deutlichen Auslastungsverbesserungen das erzielte Umsatzwachstum maßgeblich ermöglichten.

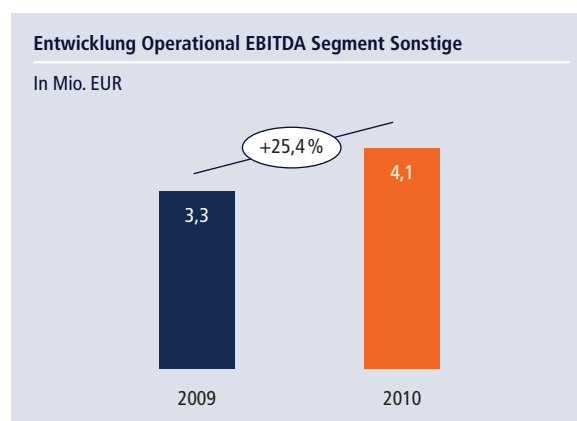
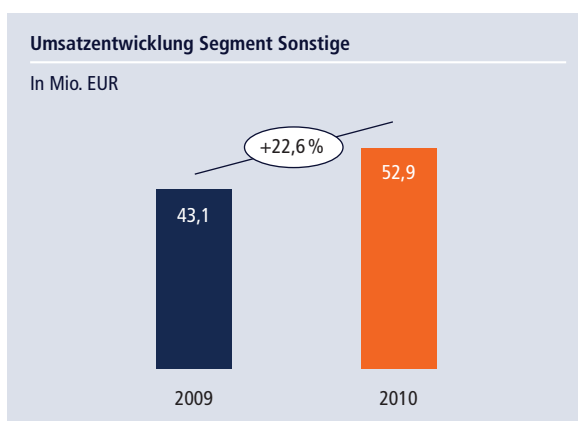
**Sonstige**

In Mio. EUR	2010	2009	Veränderung
<b>Umsatz</b>	<b>52,9</b>	<b>43,1</b>	<b>22,6 %</b>
Billboard	48,9	41,2	18,7 %
Street Furniture	0,5	0,3	39,4 %
Transport	0,5	0,5	1,2 %
Sonstige	3,0	1,1	>100,0 %
<b>Operational EBITDA</b>	<b>4,1</b>	<b>3,3</b>	<b>25,4 %</b>

Die positive Entwicklung im Segment Sonstige ist im Wesentlichen auf die in der blowUP-Gruppe zusammengefassten Riesenposteraktivitäten zurückzuführen, die nach Ausklang der Finanzkrise wieder auf einen positiven Wachstumspfad eingeschwenkt sind. Dazu trug insbesondere die Entwicklung der Tochtergesellschaften in Großbritannien und Spanien bei. Die Marktanteile der Unternehmenseinheiten konnten nach unseren Berechnungen sowohl im Inland als auch in allen unseren Auslandsmärkten sukzessive ausgebaut werden. Dadurch konnten die Umsatzerlöse um fast ein Drittel und das Operational EBITDA sogar überproportional zur Umsatzentwicklung zulegen. Diese Ergebnisentwicklung spiegelte sich auch in der Margenentwicklung wider, die gemessen am Operational EBITDA wieder zweistellige Werte aufweisen konnte.



Auch das polnische Geschäft konnte einen Umsatzanstieg erreichen, der allerdings ausschließlich auf Konsolidierungseffekte und vorteilhafte Währungsrelationen zurückzuführen ist. Der starke, durch die bisherige Marktfragmentierung ausgelöste Wettbewerbsdruck führte auch noch im Berichtsjahr zu negativen Preiseffekten, die durch positive Auslastungsquoten nicht kompensiert werden konnten. Das Operational EBITDA und die damit einhergehende Umsatzrentabilität konnten deswegen noch keine Verbesserung aufweisen.



Unsere Investitionen (ohne Finanzanlagen und Anteilskäufe) im Segment Sonstige beliefen sich 2010 auf 1,1 Millionen Euro nach 2,0 Millionen Euro im Vorjahr.



## Ströer Out-of-Home Media AG

Der Lagebericht der Ströer Out-of-Home Media AG und der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2010 sind nach § 315 Abs. 3 HGB in Verbindung mit § 298 Abs. 3 HGB zusammengefasst. Der Jahresabschluss und der Bericht über die Lage des Konzerns und der Gesellschaft werden zeitgleich im elektronischen Bundesanzeiger offengelegt.

Die Regelungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) sind im Geschäftsjahr 2010 erstmals angewandt worden. Wir haben in Ausübung der durch das Gesetz gewährten Erleichterungsregelung auf die Anpassung der Vorjahresbeträge verzichtet. Die Erstanwendung des BilMoG zum 1. Januar 2010 hat die Gewinnrücklagen beeinflusst.

### Beschreibung der Gesellschaft

Die Ströer Out-of-Home Media 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 Entwicklung sowie Recht und Compliance und Unternehmensentwicklung.

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

### Erläuterung der Ertragslage

In TEUR	2010	2009
Sonstige betriebliche Erträge	18.940	11.186
Personalaufwand	-13.606	-9.723
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-1.340	-1.252
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-20.571	-11.508
Erträge aus Beteiligungen	0	19.546
Erträge aus Gewinnabführungsverträgen	39.377	0
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	2.510	393
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-187	-5.879
Finanzergebnis	-4.716	-5.369
<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>20.408</b>	<b>-2.606</b>
Außerordentliches Ergebnis	-16.217	0
Ertragsteuern	-24.815	-60
Sonstige Steuern	-34	-33
Erträge aus Verlustübernahme	0	155
Aufgrund eines Teilgewinnabführungsvertrags abgeführte Gewinne	-748	0
<b>Jahresfehlbetrag</b>	<b>-21.406</b>	<b>-2.545</b>
Gewinnvortrag	61.731	64.279
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>40.325</b>	<b>61.734</b>

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist im Vergleich zum Vorjahr um 23,0 Millionen Euro auf 20,4 Millionen Euro angestiegen. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen der Anstieg der Erträge aus dem Ergebnisabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH (39,4 Millionen Euro; Vj.: Erträge aus Beteiligungen: 19,5 Millionen Euro), der Anstieg der sonstigen betrieblichen Erträge um 7,8 Millionen Euro, der Rückgang der Abschreibungen auf Finanzanlagen um 5,7 Millionen Euro sowie

der Anstieg der Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens um 2,1 Millionen Euro. Gegenläufig wirkten sich der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen um 9,1 Millionen Euro sowie des Personalaufwands um 3,9 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr aus. Aufgrund von im Vergleich zum Vorjahr um 24,8 Millionen Euro höheren Ertragsteuern sowie außerordentlichen Aufwendungen in Höhe von 16,2 Millionen Euro, die im Zusammenhang mit dem Börsengang angefallen sind, ist der Jahresfehlbetrag im Vergleich zum Vorjahr um 18,9 Millionen Euro auf 21,4 Millionen Euro angestiegen. Wesentliche Erläuterungen zu den vorgenannten Positionen sind nachfolgend aufgeführt:

Die sonstigen betrieblichen Erträge resultieren maßgeblich aus Erträgen aus der Erbringung von Leistungen für Konzernunternehmen. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist vorwiegend auf die Übernahme der IT-Fachabteilung von der Ströer Media Deutschland GmbH ab dem Geschäftsjahr 2010 und die damit verbundene, erstmalige Weiterbelastung von IT-Leistungen in Höhe von 7,5 Millionen Euro zurückzuführen.

Der Anstieg des Personalaufwands um 3,9 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr resultiert insbesondere aus der internen Übernahme von IT-Mitarbeitern der Ströer Media Deutschland GmbH sowie Prämien im Zusammenhang mit dem Börsengang.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten überwiegend Aufwendungen, die an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden, Rechts- und Beratungskosten, EDV-Kosten, Raummieten und andere Verwaltungskosten, Produktionsentwicklungskosten sowie Reisekosten. Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen entfällt hauptsächlich auf Beratungskosten, die im Zusammenhang mit dem im Geschäftsjahr vorgenommenen Börsengang entstanden sind, auf die erstmalig in der Ströer Out-of-Home Media AG angefallenen Kosten der IT-Abteilung, die in 2010 von der Ströer Media Deutschland GmbH in die Ströer Out-of-Home Media AG transferiert worden ist und deren Aufwendungen an verbundene Unternehmen weiterbelastet werden, sowie auf Entwicklungskosten.

Die Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen in Höhe von 39,4 Millionen Euro (Vj.: Erträge aus Beteiligungen: 19,5 Millionen Euro) betreffen die Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH für das Geschäftsjahr 2010. Die Ströer Out-of-Home Media AG hat mit Wirkung zum 1. Januar 2010 einen Gewinnabführungsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH abgeschlossen. Zuvor wurde der erforderliche Formwechsel der Ströer Media Deutschland GmbH von einer GmbH & Co. KG in eine GmbH vollzogen. Im Vorjahr wurde daher die Ergebnisvereinnahmung der Ströer Media Deutschland GmbH noch unter Erträge aus Beteiligungen ausgewiesen.

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen betreffen Abwertungen auf Beteiligungen, die aber im Berichtsjahr nur zu marginalen Aufwendungen geführt haben. Daraus erklärt sich auch der deutliche Rückgang um 5,7 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr.

Der Anstieg der Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens um 2,1 Millionen Euro resultiert im Wesentlichen aus im Geschäftsjahr 2010 neu gewährten Ausleihungen an türkische und polnische Tochtergesellschaften.

Der Zinsaufwand in Höhe von 5,1 Millionen Euro (Vj.: 5,5 Millionen Euro) entfällt vorrangig auf die Verzinsung von zwei variabel verzinslichen Nachrangdarlehen, die allerdings im Nachgang zum Börsengang partiell zurückgeführt wurden.

Der Anstieg der Steuern vom Einkommen und Ertrag auf 24,8 Millionen Euro (Vj.: 0,1 Millionen Euro) resultiert im Wesentlichen aus dem erstmaligen Ansatz eines Passivüberhangs latenter Steuern. Diese Latenzen begründen auf zwei materiellen Effekten. Zum einen ist aufgrund der erstmaligen Anwendung des BilMoG auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem handels- und steuerrechtlichen Beteiligungsbuchwert der Ströer Media Deutschland GmbH auf diese quasi-permanente Differenz erstmals eine passive Steuerlatenz zu bilden. Hier tritt gleichzeitig hinzu, dass die Ströer Media Deutschland GmbH mit Wirkung zum 1. Januar 2010 in eine Kapitalgesellschaft umgewandelt worden ist und daher der auf die Gewerbesteuer entfallende Teil der passiven Steuerlatenz ergebniswirksam zu erfassen ist. Zum anderen ist aufgrund der ertragsteuerlichen Organschaft der Ansatz aller latenten Steuern des Organkreises auf Ebene des Organträgers erforderlich.

Der außerordentliche Aufwand in Höhe von 16,2 Millionen Euro steht im Zusammenhang mit den Kosten des Börsengangs.

## Erläuterung der Vermögens- und Finanzlage

In TEUR	2010	2009
<b>Aktiva</b>		
<b>Anlagevermögen</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	3.545	3.185
Finanzanlagen	417.395	208.688
	<b>420.939</b>	<b>211.873</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	49.537	26.507
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	42.772	741
	<b>92.309</b>	<b>27.248</b>
<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>611</b>	<b>153</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>513.859</b>	<b>239.274</b>
<b>Passiva</b>		
<b>Eigenkapital</b>	<b>381.436</b>	<b>114.954</b>
<b>Rückstellungen</b>		
Steuerrückstellungen	3.251	6
Sonstige Rückstellungen	8.286	12.904
	<b>11.537</b>	<b>12.910</b>
<b>Verbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	10.845	32.986
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	13.318	16.765
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	75.220	61.659
	<b>99.383</b>	<b>111.410</b>
<b>Passive latente Steuern</b>	<b>21.502</b>	<b>0</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>513.859</b>	<b>239.274</b>

Die Bilanzsumme der Ströer Out-of-Home Media AG hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 274,6 Millionen Euro erhöht und betrug zum Jahresende 513,9 Millionen Euro (Vj.: 239,3 Millionen Euro).

Der Anstieg der Bilanzsumme auf der Aktivseite ist im Wesentlichen durch den Anstieg der Finanzanlagen um 208,7 Millionen Euro auf 417,4 Millionen Euro sowie des Umlaufvermögens um 65,1 Millionen Euro auf 92,3 Millionen Euro zurückzuführen.

Ursächlich für den Anstieg der Finanzanlagen ist zum einen die Erhöhung des Beteiligungsbuchwerts der Ströer Media Deutschland GmbH um 75 Millionen Euro infolge einer Einzahlung der Ströer Out-of-Home Media AG in die Kapitalrücklage der Ströer Media Deutschland GmbH. Darüber hinaus ist der Beteiligungsbuchwert der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. (Ströer Kentvizyon), Istanbul, Türkei, aufgrund des Erwerbs weiterer 40 Prozent der Anteile um 55 Millionen Euro auf 71 Millionen Euro gestiegen. Aufgrund des Anteilserwerbs werden die im Vorjahr unter Beteiligungen ausgewiesenen 50 Prozent der Anteile an der Ströer Kentvizyon von den Beteiligungen in die Anteile an verbundenen Unternehmen umgegliedert. Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2010 zur Finanzierung von Anteilserwerben bzw. Tilgung von Bankdarlehen zusätzliche Ausleihungen an die Ströer Kentvizyon (52,5 Millionen Euro) und die Ströer Polska Sp. z.o.o., Warschau, Polen, (26,2 Millionen Euro) vergeben.

Im Umlaufvermögen haben sich die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen gegenüber dem Vorjahr um 25,4 Millionen Euro auf 45,5 Millionen Euro erhöht. Die Zunahme resultiert im Wesentlichen aus dem Anstieg der Ergebnisabführung der Ströer Media Deutschland GmbH.



Das Guthaben bei Kreditinstituten ist aufgrund des Liquiditätszuflusses aus dem Börsengang um 42,0 Millionen Euro auf 42,8 Millionen Euro angestiegen.

Auf der Passivseite spiegelt sich die Erhöhung der Bilanzsumme maßgeblich in der Erhöhung des Eigenkapitals um 266,5 Millionen Euro sowie der passiven latenten Steuern um 21,5 Millionen Euro wider. Gegenläufig wirkte sich der Rückgang der Verbindlichkeiten um 12,0 Millionen Euro sowie der Rückstellungen um 1,4 Millionen Euro aus.

Das Eigenkapital weist nach Zuführung der Eigenmittel aus der Aktienplatzierung sowie der Verrechnung des Jahresfehlbetrags von 21,4 Millionen Euro einen Wert von 381,4 Millionen Euro aus, was einer Eigenkapitalquote von 74,2 Prozent entspricht (Vj.: 48,0 %).

Der gegenüber dem Vorjahr ausgewiesene Rückgang der Rückstellungen um 1,4 Millionen Euro ist im Wesentlichen auf zwei Effekte zurückzuführen. Während die Inanspruchnahme von Tantiemerückstellungen eine Verringerung der sonstigen Rückstellungen um 4,6 Millionen Euro zur Folge hatte, wirkte sich die Zuführung der Steuerrückstellungen um 3,2 Millionen Euro erhöhend aus.

Die Reduzierung der Verbindlichkeiten resultiert vorwiegend aus 22,1 Millionen Euro Darlehenstilgungen. Dagegen haben sich die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um 13,6 Millionen Euro erhöht. Ursächlich hierfür sind insbesondere gestiegene Verbindlichkeiten aus dem Konzern-Cash-Pooling, für das die Ströer Out-of-Home Media AG Cash-Pool-Träger ist.

Die Gesellschaft war während des Geschäftsjahres jederzeit in der Lage, ihren finanziellen Verpflichtungen bei Fälligkeit nachzukommen.

#### Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer Out-of-Home Media AG hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns (Seite 68) dargestellten Entwicklung der Ertragslage für die Jahre 2011 und 2012 davon aus, dass die Tochtergesellschaften höhere Ergebnisbeiträge erwirtschaften und die Ströer Out-of-Home Media AG damit in den Folgejahren mindestens ein ausgeglichenes Ergebnis erzielen wird.

#### Sonstige Angaben

Der Bericht des Vorstands nach § 312 AktG umfasst die dort genannten Rechtsgeschäfte vom 1. Januar bis zum 13. Juli 2010. Abschließend stellt der Bericht fest:

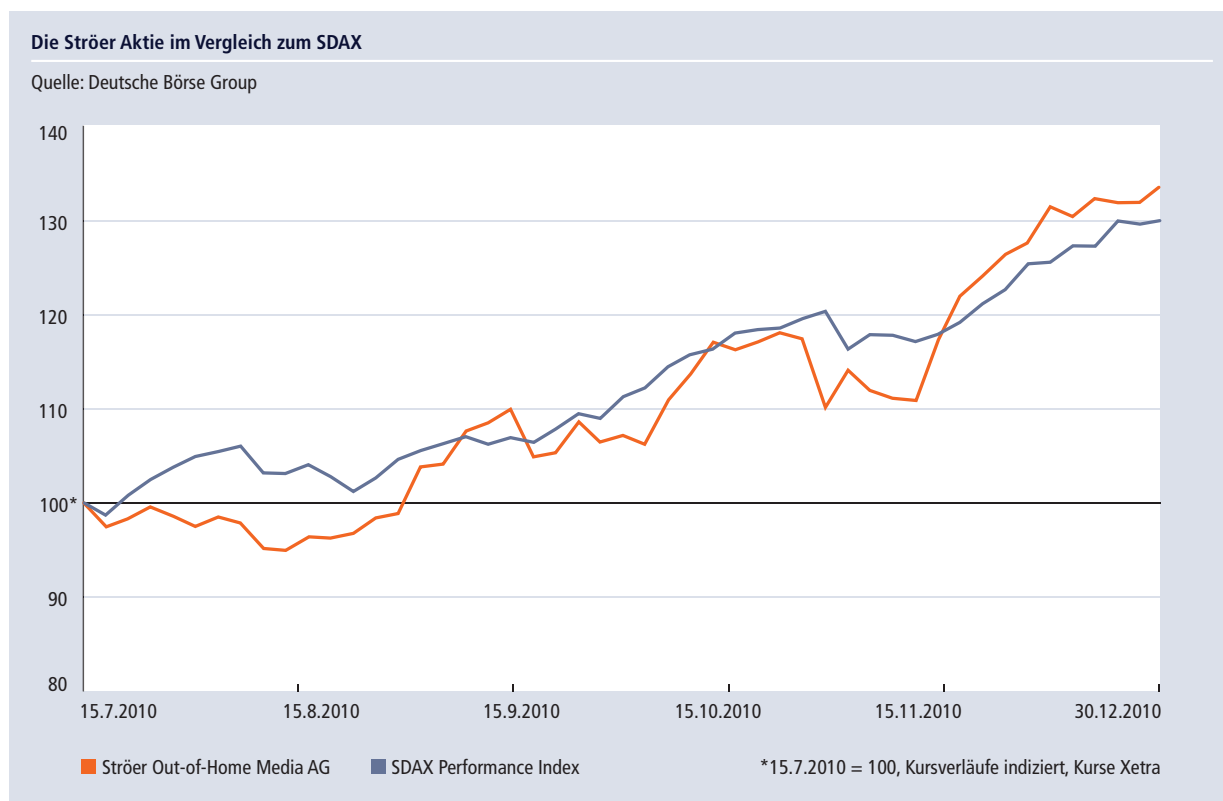
„Die Ströer Out-of-Home Media AG erhielt bei jedem der im Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäfte eine angemessene Gegenleistung. Dieser Beurteilung liegen Umstände zugrunde, die zum Zeitpunkt der berichtspflichtigen Vorgänge bekannt waren. Berichtspflichtige Maßnahmen wurden nicht getroffen oder unterlassen.“

## Aktie

### Börsengang und Verlauf des Aktienkurses

Die Ströer Out-of-Home Media AG ging am 15. Juli 2010 an die Börse und war damit eines von 14 Unternehmen, die 2010 in Deutschland den Weg auf das Parkett fanden. Trotz des nicht einfachen Kapitalmarktumfelds zum Zeitpunkt des Börsengangs überstieg die Aktiennachfrage das zur Verfügung stehende Emissionsvolumen auch am oberen Ende der Bookbuilding-Preisspanne. Zur Gewährleistung einer breiten und international ausgewogenen Aktionärsbasis legte die Gesellschaft den Ausgabepreis mit 20,00 Euro je Stück etwa in der Mitte der von 17,00 Euro bis 24,00 Euro reichenden Preisspanne fest. Mit einem Gesamtemissionsvolumen von 370,92 Millionen Euro war der Ströer Börsengang der drittgrößte IPO in Deutschland im Jahr 2010.

Am Tag der Handelsaufnahme an der Frankfurter Wertpapierbörse betrug der erste festgestellte Kurs der Ströer Aktie 20,60 Euro. Nach einer Seitwärtsbewegung knapp unter dem Ausgabepreis in den ersten Wochen nach Erstnotiz gewann die Aktie ab Anfang September 2010 kontinuierlich an Wert. Am 30. Dezember 2010, dem letzten Handelstag des Jahres, erreichte sie ihren Jahreshöchstwert von 26,74 Euro. Mit einem Plus von nahezu 34 Prozent gegenüber dem Ausgabepreis am 15. Juli 2010 entwickelte sie sich besser als der SDAX (+30 %) im Vergleichszeitraum.



### Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

Die Ströer Out-of-Home Media AG erfüllt die international gültigen Transparenzanforderungen des Prime Standards. Am 3. September 2010 entschied der Arbeitskreis Indizes der Deutschen Börse im Rahmen einer ordentlichen Anpassung der Indizes, die Ströer Aktie mit Wirkung zum 20. September 2010 in den SDAX aufzunehmen. Auf Basis des Jahresschlusskurses unserer Aktie erreichte die Marktkapitalisierung zum Jahresende 1,13 Milliarden Euro. Das durchschnittliche Handelsvolumen lag im Berichtszeitraum bei 102.665 Stück pro Tag. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Aktie in den ersten Handelstagen nach dem Börsengang eine überdurchschnittliche Liquidität aufwies. Bezogen auf die entscheidenden Kriterien der Indexzusammensetzung belegte die Ströer Out-of-Home Media AG zum Ende Februar 2011 innerhalb der SDAX-Unternehmen Rang fünf bei der Marktkapitalisierung und Rang elf beim Börsenumsatz. Sie positioniert sich damit perspektivisch als möglicher Kandidat für eine MDAX-Aufnahme.

### Analysten-Studien

Bereits zum Börsengang begleiteten uns die Analysten unserer Konsortialbanken Morgan Stanley, J.P. Morgan, West LB, Crédit Agricole Chevreux und Commerzbank. In den darauf folgenden Monaten konnten wir die Coverage deutlich ausbauen: Mit Goldman Sachs, Berenberg Bank, BHF-Bank und Close Brothers Seydler Research kamen vier Institute hinzu. Bis Ende 2010 veröffentlichten neun Analysten-Teams Studien zu unserem Unternehmen. In 2011 folgten die Deutsche Bank, die LGT Bank und Citigroup. Von den derzeit insgesamt zwölf Einschätzungen der Analysten lauten zehn 'Kaufen' bzw. 'Übergewichten' und zwei 'Halten'.

### Aktionärsstruktur

Bei der Zuteilung im Rahmen des Börsengangs wurden insgesamt 19,67 Millionen auf den Inhaber lautende Stammaktien platziert. Davon kamen 13,75 Millionen Aktien aus einer Kapitalerhöhung; rund 4,16 Millionen Aktien stammten aus einer durch den Finanzinvestor Cerberus ausgeübten Option sowie rund 1,79 Millionen Aktien über eine Mehrzuteilungsoption (Greenshoe) aus einer leihweisen Überlassung von Altaktionären. Am 12. August 2010 wurde der Greenshoe in Höhe von 640.000 Aktien final ausgeübt und mit Vorstandsbeschluss vom 13. August 2010 im Zuge einer Kapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital bedient. Die Gesamtanzahl der ausgegebenen Aktien unserer Gesellschaft beläuft sich demnach auf insgesamt 42.098.238 Stück.

Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 28,12 Prozent der Aktien der Ströer Out-of-Home Media AG, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, 28,33 Prozent und Finanzvorstand Alfried Bührdel zusammen mit Vorstandsmitglied Dirk Wiedenmann rund 0,1 Prozent. Udo Müller, Dirk Ströer und Alfried Bührdel verpflichteten sich im Rahmen des Börsengangs zu einer Veräußerungssperre (Lock-Up) von zwölf Monaten. Der Streubesitz beträgt 43,44 Prozent.

Institutionelle Anleger, die unsere Aktie in ihren Fonds halten, sind unter anderem in den USA, Großbritannien und Deutschland ansässig. Nach den der Gesellschaft vorliegenden Informationen halten Fonds der Franklin Templeton Gruppe sowie von Tiger Global, BlackRock und TIAA-CREF jeweils über 3 Prozent der Stimmrechte an der Ströer Out-of-Home Media AG.

### Investor Relations

Ziel unserer Investor-Relations-Arbeit ist es, im Dialog mit dem Kapitalmarkt durch transparente, kontinuierliche Kommunikation Vertrauen und nachhaltigen Shareholder Value zu schaffen. Seit dem Börsengang haben wir die Beziehungen zu Investoren und Analysten stetig ausgebaut und intensiviert. Der Vorstand und das Investor-Relations-Team der Ströer Out-of-Home Media AG präsentieren regelmäßig die Geschäftsentwicklung und Unternehmensstrategie auf Roadshows und Kapitalmarktkonferenzen. Dabei sind wir in Deutschland, England, Frankreich, Benelux, Skandinavien, in der Schweiz und den USA präsent. Zusätzlich informieren wir bei Telefonkonferenzen anlässlich der Veröffentlichung von Finanzberichten, in Einzelgesprächen in der Kölner Konzernzentrale und über gezielte Presse- und Medienarbeit.

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



**Kenndaten der Ströer Out-of-Home Media AG Aktie**

Grundkapital	42.098.238 EUR
Anzahl der Aktien	42.098.238
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
ISIN	DE0007493991
WKN	749399
Börsenkürzel	SAX
Reuters	SAXG.DE
Bloomberg	SAX:GR
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Sektor	DAXsector All Media (Performance)
Index	SDAX
Erstnotierung	15.7.2010
Designated Sponsors	J.P. Morgan, Morgan Stanley
Jahresendkurs 2010 (30. Dezember)*	26,74
Höchstkurs 2010 (30. Dezember)*	26,74
Tiefstkurs 2010 (11. August)*	18,91

\* Xetra-Schlusskurs, in EUR

## Erklärung zur Unternehmensführung und Corporate Governance Bericht

### Entsprechenserklärung

Corporate Governance ist für den Vorstand und den Aufsichtsrat der Ströer Out-of-Home Media AG seit langem von zentraler Bedeutung. Mit dieser stellen wir die verantwortungsbewusste und transparente Leitung und Kontrolle der Unternehmen und Unternehmensbereiche der Ströer Gruppe sicher. Die folgende Entsprechenserklärung haben Vorstand und Aufsichtsrat im März 2011 abgegeben. Unsere Aktionäre können sie auf unserer Website jederzeit einsehen.

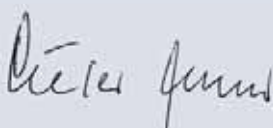
Vorstand und Aufsichtsrat der Ströer Out-of-Home Media AG erklären gemäß § 161 AktG:

Seit ihrer Erstnotiz an der Frankfurter Wertpapierbörse am 15. Juli 2010 hat die Ströer Out-of-Home Media AG den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ („DCGK“) in seiner Fassung vom 26. Mai 2010 entsprochen und wird ihnen künftig entsprechen, und zwar mit folgenden Ausnahmen:

- In der D&O-Versicherung für Vorstände, Aufsichtsräte und Führungskräfte ist abweichend von der Empfehlung in Ziffer 3.8 DCGK kein Selbstbehalt für die Mitglieder des Aufsichtsrats vereinbart. Nach unserer Einschätzung beeinträchtigt ein Selbstbehalt für Aufsichtsräte das Interesse und die Bereitschaft von geeigneten Personen, im Aufsichtsrat der Ströer Out-of-Home Media AG tätig zu bleiben oder zu werden.
- Entgegen der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Abs. 4, Satz 1 DCGK wurden bei Änderungen der Vorstandsverträge Zahlungen an Vorstandsmitglieder bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit ohne wichtigen Grund nicht auf den Wert von zwei Jahresvergütungen begrenzt.
- Für die Mitglieder des Vorstands, die zum Zeitpunkt der Abgabe der Entsprechenserklärung sämtlich unter 50 Jahre alt sind, gibt es entgegen der Empfehlung in Ziffer 5.1.2 DCGK keine Altersgrenze. Angesichts der bestehenden Alterstruktur unseres Vorstands und der Laufzeit der Vorstandsansstellungsverträge ist eine Altersgrenze derzeit nicht erforderlich.
- Entgegen der Empfehlung in Ziffer 5.3.3 DCGK bildet der Aufsichtsrat zusätzlich zu dem bestehenden Prüfungsausschuss keinen Nominierungsausschuss, weil Ströer mangels Arbeitnehmervertretung im Aufsichtsrat kein besonderes Gremium zur Benennung von Kandidaten für die Anteilseignerseite benötigt.
- Entgegen der Empfehlung in Ziffer 5.4.1 DCGK besteht keine Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats, weil Ströer auf die Erfahrung und Kompetenz älterer Mitglieder des Aufsichtsrats nicht verzichten will.
- Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten entgegen der Empfehlung in Ziffer 5.4.6 DCGK nur eine feste und keine erfolgsabhängige Vergütung, weil eine ausschließlich feste Vergütung am besten geeignet ist, die erforderliche unabhängige Kontrollfunktion des Aufsichtsrats sicherzustellen.
- Den Halbjahresbericht 2010 und den Zwischenbericht für das dritte Quartal 2010 hat Ströer innerhalb der gesetzlichen, aber nicht innerhalb der in Ziffer 7.1.2 DCGK empfohlenen Fristen, veröffentlicht. Angesichts der zeitlichen Erfordernisse für eine sorgfältige Vorbereitung des Konzernabschlusses und der Zwischenberichte war Ströer unmittelbar nach dem Börsengang eine raschere Veröffentlichung noch nicht möglich.
- Vorstand und Aufsichtsrat sehen die Vielfalt (Diversity) bei der Zusammensetzung von Vorstand, Aufsichtsrat und Führungsebene im Unternehmen als eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft, die zugleich im besonderen Maße im Unternehmensinteresse liegt. Der Vorstand und eine Arbeitsgruppe des Aufsichtsrats haben Ziele und Maßnahmen für Diversity erarbeitet, die dem Aufsichtsrat in der Aufsichtsratssitzung am 8. April 2011 vorgestellt und zur Verabschiedung vorgeschlagen werden sollen. Im Berichtszeitraum haben wir den diesbezüglichen Empfehlungen in den Ziffern 5.4.1, 5.1.2 und 4.1.5 DCGK allerdings noch nicht entsprochen.

Köln, den 21. März 2011

für den Aufsichtsrat



Prof. Dr. h.c. Dieter Stolte

für den Vorstand



Udo Müller

## Wesentliche Unternehmensführungspraktiken

### Risikomanagement

Eine gute Corporate Governance umfasst den verantwortungsvollen Umgang des Unternehmens mit den Risiken der Geschäftstätigkeit. Ströer erfasst und überwacht regelmäßig alle wesentlichen Risiken durch ein systematisches Risikomanagementsystem, um nötigenfalls gegensteuernde Maßnahmen ergreifen zu können. Vorstand und Aufsichtsrat werden über die Erhebungen und Analysen des Risikomanagements regelmäßig informiert. Das vom Vorstand eingerichtete Risikofrüherkennungssystem unterliegt im Rahmen der gesetzlichen Jahresabschlussprüfung der Beurteilung durch den Abschlussprüfer. Über Einzelheiten des Risikomanagementsystems informiert der Chancen- und Risikenbericht.

### Internes Kontrollsystem

Die Gesellschaft stellt die Ordnungsgemäßheit der Rechnungslegung mit Hilfe eines internen Kontrollsystems sicher. Nähere Angaben zu diesem Kontrollsystem finden sich im Chancen- und Risikenbericht ab Seite 63. Die Befolgung von Gesetzen und internen Richtlinien wird über eine von der zentralen Rechtsabteilung geführte Compliance-Organisation abgesichert. Sie achtet insbesondere darauf, dass die Prämissen des Datenschutzes, der kartellrechtlichen Regelungen und des integren Geschäftsverkehrs eingehalten werden. Zu den Präventionsmaßnahmen zählen dabei auch die Sensibilisierung der Mitarbeiter sowie deren Information und Beratung.

### Transparenz und Kommunikation

Transparenz zählt zu den unerlässlichen Bestandteilen guter Corporate Governance. Von großer Bedeutung ist dabei der Grundsatz, allen Zielgruppen zeitgleich identische Informationen zugänglich zu machen. Wir nutzen vielfältige Kommunikationswege, um umfassend und zeitnah über die aktuelle Lage des Unternehmens zu informieren. Auf unserer Website [www.stroer.de](http://www.stroer.de) veröffentlichen wir Pressemitteilungen, Geschäfts- und Quartalsberichte, den regelmäßig aktualisierten, ausführlichen Finanzkalender und zahlreiche andere Informationen wie Ad-hoc-Mitteilungen, Stimmrechtsmitteilungen oder Angaben zu meldepflichtigen Wertpapiergeschäften (Directors' Dealings). Alle wesentlichen Dokumente werden sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache angeboten.

### Abschlussprüfung und Unabhängigkeit der Abschlussprüfer

Der Konzernabschluss der Ströer Out-of-Home Media AG wird nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt; der Jahresabschluss der Ströer Out-of-Home-Media AG nach deutschem Handelsrecht (HGB). Sowohl der Konzernabschluss als auch der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2010 wurden von der durch die Hauptversammlung der Gesellschaft bestellten Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, geprüft. Mit Ernst & Young wurde vertraglich vereinbart, dass der Vorsitzende des Prüfungsausschusses über möglicherweise während der Prüfung auftretende wesentliche Fragestellungen und Vorkommnisse unterrichtet wird. Hierzu gab es keinen Anlass. Vor Beginn der Abschlussprüfung hat der Aufsichtsrat eine umfangreiche Unabhängigkeitserklärung des Abschlussprüfers eingeholt. Demnach bestanden keine geschäftlichen, finanziellen, persönlichen oder sonstigen Beziehungen, die Zweifel an seiner Unabhängigkeit begründen könnten.

### Ad-hoc-Mitteilungen

Die im Geschäftsjahr 2010 gemäß § 15 WpHG veröffentlichten Ad-hoc-Mitteilungen sind auf der Internetseite der Ströer Out-of-Home Media AG hinterlegt. Eine detaillierte Auflistung aller im Berichtsjahr publizierten kapitalmarktbezogenen Informationen enthält das Jährliche Dokument gemäß § 10 WpPG, das ebenfalls auf der Website zur Verfügung steht.



## Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat

### Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Ströer Out-of-Home Media AG ist eine Gesellschaft deutschen Rechts. Im Interesse des Unternehmens und der Aktionäre arbeiten Vorstand und Aufsichtsrat im Sinne einer nachhaltigen Wertschöpfung eng zusammen. Dabei haben sie aufgeteilte Leitungs- und Überwachungsfunktionen.

### Vorstand

Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und besteht aus derzeit drei Mitgliedern, die vom Aufsichtsrat bestellt wurden. Als Leitungsorgan legt er die Ziele der Gesellschaft fest, entwickelt die grundlegende Unternehmensstrategie, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und führt die daran ausgerichteten Geschäfte. Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über den Gang der Geschäfte und die aktuelle Lage der Gesellschaft sowie über alle relevanten Entwicklungen, die Strategie und Unternehmensplanung sowie das Risikomanagement. Er ist für die Aufstellung der Quartalsberichte, Halbjahresberichte und Jahresabschlüsse verantwortlich und leitet diese dem Aufsichtsrat zu, um sie mit ihm vor der Veröffentlichung zu besprechen. Sofern Satzung oder Geschäftsordnung nichts anderes vorsehen, beschließt der Vorstand mit einfacher Stimmenmehrheit. Wesentliche Geschäftsvorgänge, die in der Geschäftsordnung des Vorstands definiert sind, bedürfen der vorherigen Zustimmung des Aufsichtsrats. Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Gesamtverantwortung. Im Rahmen der Vorstandsbeschlüsse führen sie die ihnen zugeordneten Ressorts in eigener Verantwortung. Die Arbeit der Vorstandsmitglieder wird durch den Vorstandsvorsitzenden koordiniert.

### Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat bestellt den Vorstand, berät ihn bei der Leitung des Unternehmens und überwacht dessen Geschäftsführung. In Entscheidungen von wesentlicher Bedeutung ist er unmittelbar eingebunden. Die Mitglieder des Aufsichtsrats werden von der Hauptversammlung gewählt. Dem Aufsichtsrat der Ströer Out-of-Home Media AG gehören sechs Mitglieder an. Aus seiner Mitte wählt der Aufsichtsrat einen Vorsitzenden sowie einen stellvertretenden Vorsitzenden. Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit im Gremium. Beschlüsse des Aufsichtsrats werden, soweit das Gesetz nichts anderes vorgibt, mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden. Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn mindestens drei seiner Mitglieder an der Beschlussfassung teilnehmen. Bei seiner turnusgemäßen Effizienzprüfung hat der Aufsichtsrat festgestellt, dass die Aufsichtsratsarbeit effizient organisiert ist, und das Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat sehr gut funktioniert.

### Ausschüsse

Ausschüsse des Vorstands sind nicht eingerichtet. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats sieht die Bildung eines Prüfungsausschusses vor. Der Prüfungsausschuss hat drei Mitglieder. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses, Dieter Keller, berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig über die Arbeit des Prüfungsausschusses.

### Vermeidung von Interessenkonflikten

Vorstand und Aufsichtsrat sind dem Unternehmensinteresse verpflichtet. Interessenkonflikte von Vorstands- oder Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat unverzüglich offenzulegen sind, lagen im Berichtsjahr nicht vor. Der Aufsichtsrat hat sich im Rahmen seiner turnusmäßigen Effizienzprüfung davon überzeugt, dass er nach eigener Überzeugung über eine ausreichende Zahl von unabhängigen Mitgliedern verfügt.

### D&O-Versicherungen

Für alle Aufsichtsräte, Vorstände und Geschäftsführer sowie leitende Angestellte der Ströer Gruppe bestehen D&O-Versicherungen. Für die Vorstände sieht die D&O-Versicherung einen Selbstbehalt im Sinne des VorstAG vor.

## Hauptversammlung

Aktionäre üben ihr Stimmrecht in der Hauptversammlung aus, wobei jede Aktie eine Stimme gewährt. Die jährliche ordentliche Hauptversammlung der Ströer Out-of-Home Media AG findet innerhalb der ersten sechs Monate eines jeden Geschäftsjahres statt. Der Vorstand legt der Hauptversammlung den Jahres- und Konzernabschluss vor. Die Hauptversammlung entscheidet über Gewinnverwendung und Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat. Sie wählt die Vertreter der Anteilseigner in den Aufsichtsrat sowie den Abschlussprüfer, beschließt Satzungsänderungen und entscheidet über wesentliche unternehmerische Maßnahmen. Die Einberufung der Hauptversammlung wird einschließlich der damit einhergehenden Unterlagen und der Tagesordnung auch auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht. Maßgeblicher Stichtag für die Legitimation der Aktionäre ist der Beginn des 21. Tages vor der Hauptversammlung (Record Date). Aktionäre können ihr Stimmrecht auch durch einen Bevollmächtigten eigener Wahl oder einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft ausüben.

## Anteilsbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Das Aufsichtsratsmitglied Dirk Ströer hält 28,33 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Die übrigen Mitglieder des Aufsichtsrats halten keine Aktien. Bei den Vorstandsmitgliedern besitzen Udo Müller 28,12 Prozent, Alfried Bührdel 0,11 Prozent und Dirk Wiedenmann 0,01 Prozent der Gesamtzahl an Aktien.

## Directors' Dealings

Nach § 15a WpHG müssen Vorstände, Aufsichtsräte und andere Führungspersonen eigene Geschäfte mit Aktien der Ströer Out-of-Home Media AG oder sich darauf beziehenden Finanzierungsinstrumenten offen legen, soweit der Wert des Erwerbs oder der Veräußerung innerhalb eines Kalenderjahres die Summe von 5.000 Euro erreicht oder übersteigt. Diese Verpflichtung gilt auch für Personen, die mit dem genannten Personenkreis in enger Beziehung stehen. Für das Berichtsjahr 2010 liegen uns folgende Directors' Dealings-Meldungen vor:

Name	Grund der Mitteilung	Kauf/ Verkauf/ Ausleihe	Datum	Ort	Stückzahl	Preis in EUR	Geschäftsvolumen in EUR
Müller, Udo	Geschäftsführendes Organ	Ausleihe	13.7.2010	außerbörslich	895.312	0,10	89.531,20
Müller, Udo	Geschäftsführendes Organ	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	62.500	20,00	1.250.000,00
Ströer, Dirk	Verwaltungs- oder Aufsichtsorgan	Ausleihe	13.7.2010	außerbörslich	895.312	0,10	89.531,20
Ströer, Dirk	Verwaltungs- oder Aufsichtsorgan	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	150.000	20,00	3.000.000,00
Bührdel, Alfried	Geschäftsführendes Organ	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	46.180	20,00	923.600,00
Flemmerer, Julia	Ehe- oder eingetragener Lebenspartner eines geschäftsführenden Organs	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	60	20,00	1.200,00
Riekemann, Dana Marie	Unterhaltsberechtigtes Kind eines Verwaltungs- oder Aufsichtsorgans	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	120	20,00	2.400,00
Riekemann, Jil Anna	Unterhaltsberechtigtes Kind eines Verwaltungs- oder Aufsichtsorgans	Kauf	13.7.2010	außerbörslich	120	20,00	2.400,00
Riekemann, Dana Marie	Unterhaltsberechtigtes Kind eines Verwaltungs- oder Aufsichtsorgans	Kauf	15.7.2010	Xetra	125	19,85	2.481,25
Riekemann, Jil Anna	Unterhaltsberechtigtes Kind eines Verwaltungs- oder Aufsichtsorgans	Kauf	15.7.2010	Xetra	125	19,85	2.481,25
Wiedenmann, Dirk	Geschäftsführendes Organ	Kauf	2.8.2010	Xetra	5.000	19,79	98.967,50

## 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 in regelmäßigen Abständen überprüft. Gemäß den Vorschriften des Gesetzes zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung hat sich der Aufsichtsrat im Berichtsjahr hinsichtlich der notwendigen Entscheidungen zur Vorstandsvergütung für 2010 beraten und entsprechende Beschlüsse gefasst.

Die Vergütung des Vorstands setzte sich im Geschäftsjahr 2010 aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

- einer fixen Grundvergütung,
- einer variablen, an die Erreichung von Zielvorgaben geknüpften Vergütung, nämlich:
  - ein jährlich auszuzahlendes kurzfristiges Vergütungselement (Short Term Incentive; STI) und
  - ein langfristig ausgerichtetes Vergütungselement (Long Term Incentive; LTI).

Die erfolgsunabhängige fixe Grundvergütung besteht aus einem monetären Fixum und wird als monatlich gleichbleibendes Gehalt ausbezahlt. Weiterhin gewährt die Gesellschaft 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 Zielvorgaben.

Die unternehmensbezogenen Zielvorgaben orientierten sich im Geschäftsjahr 2010 an folgenden Kennzahlen:

- Short Term Incentive (STI)
  - Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit,
- Long Term Incentive (LTI)
  - Ströer Value Added
  - EBITA-Wachstum
  - Aktienkurs.

Der Aufsichtsrat hat 2009 die Zielvorgabe für die STI-Vergütungen und 2010 die Zielvorgaben für die LTI-Vergütungen festgesetzt. Die LTI-Zielvorgaben umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen.

zu Ströer Value Added (SVA) (Ermittlung: Adjusted EBIT-(WACC x Capital Employed))

Die SVA-Zielgröße wird jeweils im Dezember eines Jahres vom Aufsichtsrat für die darauf folgenden drei Geschäftsjahre festgelegt. Sofern der tatsächliche, für den jeweiligen Zeitraum von drei Geschäftsjahren kumulierte SVA die Summe der für diese Geschäftsjahre vom Aufsichtsrat festgelegten SVA-Zielgröße übersteigt, ist der auf das SVA entfallende Teil der Gesamt-LTI-Vergütungen auszuzahlen. Bei einer Unterschreitung der SVA-Zielgröße ist das LTI in entsprechend prozentual reduzierter Höhe auszuzahlen, kann jedoch nicht auf einen Wert unter 0 Euro sinken. Bei einer Überschreitung der SVA-Zielgröße ist ein entsprechend prozentual erhöhter Betrag, maximal ein doppelter Betrag, auszuzahlen.



## zu EBITA-Wachstum

Die Zielgröße EBITA-Wachstum wird jeweils im Dezember eines Jahres vom Aufsichtsrat für die darauf folgenden drei Geschäftsjahre festgelegt. Sofern das tatsächliche Wachstum des EBITA nach Ablauf von drei Jahren die Zielgröße erreicht, ist der auf das EBITA-Wachstum entfallende Teil der Gesamt-LTI-Vergütungen auszus zahlen. Bei einer Unterschreitung der Zielgröße EBITA-Wachstum ist der auf das Wachstum des EBITA entfallende Teil des LTI in entsprechend prozentual reduzierter Höhe auszus zahlen, kann jedoch nicht auf einen Wert unter 0 Euro sinken. Bei einer Überschreitung der Zielgröße EBITA-Wachstum ist ein entsprechend prozentual erhöhter Betrag, maximal ein doppelter Betrag auszus zahlen.

## zu Aktienkurs

Dieser LTI-Bestandteil ist abhängig von der Entwicklung des Aktienkurses der Gesellschaft gegenüber einem festgelegten Referenzkurs.

Der Durchschnittskurs der Aktien der Gesellschaft in der Periode November/Dezember eines jeweiligen Geschäftsjahres dient insoweit als Referenzaktienkurs. Sofern der Durchschnittskurs der Aktien der Gesellschaft in der Periode November/Dezember zum Ablauf des vierten auf diesen Stichtag folgenden Geschäftsjahres den Referenzaktienkurs erreicht, ist der auf den Aktienkurs entfallende Teil der Gesamt-LTI-Vergütungen auszus zahlen. Bei einer Unterschreitung des Referenzaktienkurses ist der auf den Aktienkurs entfallende Teil des LTI in entsprechend prozentual reduzierter Höhe auszus zahlen, kann jedoch nicht auf einen Wert unter 0 Euro sinken. Bei einer Überschreitung des Referenzaktienkurses ist ein entsprechend prozentual erhöhter Betrag, maximal ein doppelter Betrag auszus zahlen. Die Gesellschaft behält sich jedoch vor, in Ausnahmefällen eine darüber hinausgehende Kursentwicklung zu honorieren.

Der zum ersten Stichtag, das heißt zum 31. Dezember 2013, anzuwendende Referenzaktienkurs wird die Erstnotiz der Aktien der Gesellschaft sein.

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

Mit Beschluss vom 14. Mai 2010 hat die Hauptversammlung auf die Offenlegung der Vergütung jedes einzelnen Vorstandsmitglieds verzichtet. Die Gesamtvergütung im Geschäftsjahr 2010 ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

In TEUR	Fixe Vergütung	STI	LTI	Gesamt
	2.089	773	810	3.672
Beendigung Phantom-Stock-Programm			1.465	1.465
<b>Summe</b>	<b>2.089</b>	<b>773</b>	<b>2.275</b>	<b>5.137</b>

## Hinweis zu Beendigung Phantom-Stock-Programm

Seit 2004 haben die Vorstände auf Teile der ihnen jährlich zustehenden variablen Vergütung zugunsten einer virtuellen Beteiligung am Unternehmen verzichtet. Die virtuelle Beteiligung bemaß sich in einem prozentualen Anteil am Unternehmenswert. Die vertragliche Regelung sah vor, dass im Falle eines IPO der Gesellschaft das Phantom-Stock-Programm beendet wird und die Ansprüche aus der virtuellen Beteiligung ausgezahlt werden können. Bemessungsgrundlage der virtuellen Beteiligung war der Unternehmenswert nach Maßgabe der IPO-Erstnotiz der Gesellschaft. Aufgrund einer in 2010 vorgenommenen vertraglichen Anpassung der Ausübungsbedingungen sind der Gesellschaft auf Basis des Unternehmenswerts am 31. Dezember 2009 zusätzliche Aufwendungen in Höhe von 1.465 TEUR entstanden.

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

## Altersversorgung

Für ein Vorstandsmitglied hat die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2010 eine Versorgungszusage ausgesprochen. Diese Versorgungszusage wird jedoch vollständig durch Entgeltumwandlung durch das Vorstandsmitglied selbst finanziert, sodass der Gesellschaft hieraus keine zusätzlichen Aufwendungen entstehen.

## 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 werden für die vereinbarte Vertragslaufzeit die Festvergütung und pro rata temporis die variable Vergütung als Abfindung gezahlt.

**Nachvertragliches Wettbewerbsverbot**

Für zwei Vorstandsmitglieder ist ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot vereinbart. Für die Dauer des Wettbewerbsverbots zahlt die Gesellschaft pro volles Jahr des Verbots die Hälfte der zuletzt bezogenen vertragsmäßigen Vergütungen.

**Bezüge des Aufsichtsrats**

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

**Vergütungsregelungen bis Ende 1. Quartal 2010**

Für die Zeit ab Beginn des Berichtszeitraums bis zum Ende des 1. Quartals 2010 betrug die jährliche Vergütung jedes einzelnen einfachen Aufsichtsratsmitglieds 20.000 Euro. Der Vorsitzende erhielt 55.000 Euro.

**Vergütungsregelungen ab 2. Quartal 2010**

Nach einem Beschluss der Hauptversammlung vom 10. Juli 2010 beträgt die Vergütung des Aufsichtsrats ab dem 2. Quartal 2010 für jedes einfache Mitglied jährlich 20.000 Euro und für ein einfaches Mitglied des Prüfungsausschusses jährlich 24.000 Euro. Der Stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrats und der Vorsitzende des Prüfungsausschusses erhalten eine Vergütung von jährlich 36.000 Euro. Die Vergütung des Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt nach dem Beschluss der Hauptversammlung vom 2. November 2006 55.000 Euro.

Die Gesamtvergütung des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2010 belief sich auf 190.000 Euro (ohne etwaige Umsatzsteuer).

## Übernahmerechtliche Angaben

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

### Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

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

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

Es bestehen keine Beschränkungen zwischen Aktionären, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen.

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

Udo Müller besitzt 28,12 Prozent und Dirk Ströer 28,33 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Darüber hinaus sind dem Vorstand nach dem WpHG keine Beteiligungen am Kapital gemeldet, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten.

### Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, bestehen nicht.

### Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder und Satzungsänderung

Die Bestellung und Abberufung der Vorstandsmitglieder obliegt nach § 84 AktG dem Aufsichtsrat. Die Satzung der Ströer Out-of-Home Media 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 Out-of-Home Media 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 11.776 TEUR. Das Grundkapital der Ströer Out-of-Home Media AG ist um bis zu 11.776 TEUR 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 Out-of-Home Media AG ermächtigt, eigene Aktien bis zu 10 Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung ist bis zum 9. Juli 2015 befristet. Die Möglichkeit, eigene Aktien zu erwerben, wurde bislang nicht genutzt.

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

#### Facility Agreement

Zwischen der Ströer Out-of-Home Media 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 457,5 Millionen Euro ausgereicht hat und in dem ein weiteres, noch nicht ausgereichtes Darlehen von 20 Millionen Euro angelegt ist. Für das Darlehen hat die Ströer Gruppe marktübliche Sicherheiten an das Konsortium bestellt.



### Nachrangdarlehen

Die NRW.BANK AöR und die SKB Kapitalbeteiligungsgesellschaft KölnBonn mbH haben der Gesellschaft Nachrangdarlehen über insgesamt rund 21 Millionen Euro gewährt.

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

### Vorstandsanstellungsvertrag

Der Vorstandsanstellungsvertrag zwischen der Ströer Out-of-Home Media AG und Dirk Wiedenmann enthält ein Sonderkündigungsrecht für Dirk Wiedenmann, nach dem dieser im Falle eines Kontrollwechsels den Anstellungsvertrag mit einer Frist von zwölf Monaten kündigen kann.

## Mitarbeiter

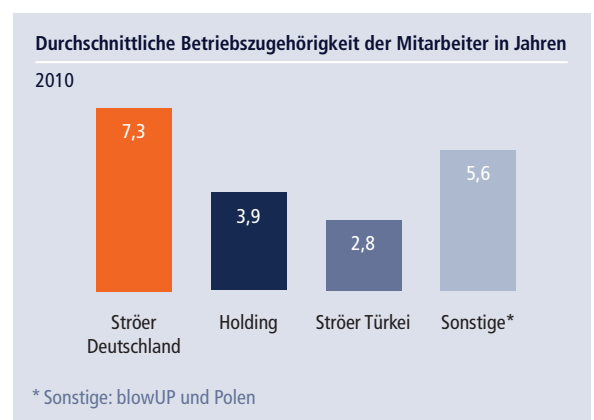
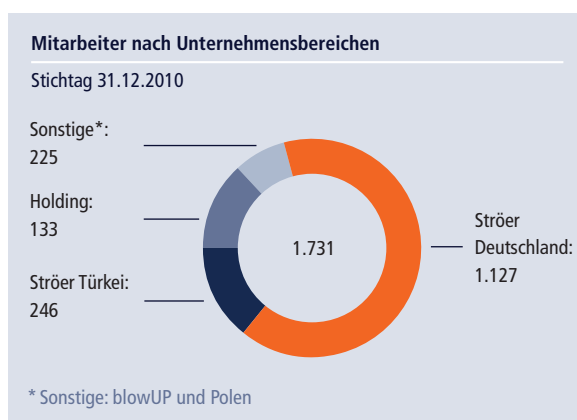
Ströer verfolgt eine nachhaltige, auf die Wachstumsstrategie der gesamten Gruppe ausgerichtete Personalpolitik. Dazu werden die Personalinstrumente aus dem Talent-, Performance-, Weiterbildungs- und Retentionmanagement mit dem Lebenszyklus eines Mitarbeiters verknüpft. So wird eine systematische Entwicklung des Mitarbeiters möglich und die Anforderungen, resultierend aus der Ströer Organisation und den verschiedenen Märkten, können erfüllt werden. Möglich wird das Ganze erst in der handlungs- und leistungsorientierten Unternehmenskultur von Ströer, deren Eckpunkte mit Chancengleichheit und Zielgerichtetheit beschrieben werden und damit die Rahmenbedingungen vorgeben.

### Mitarbeiterzahl

Zum Stichtag 31. Dezember 2010 beschäftigte der Ströer Konzern 1.731 (Vj.: 1.587) Mitarbeiter, inklusive Auszubildende. Die Beschäftigtenzahl stieg hauptsächlich durch die Aufstockung der Beteiligung in der Türkei und die Übernahme der News Outdoor Poland in Polen.

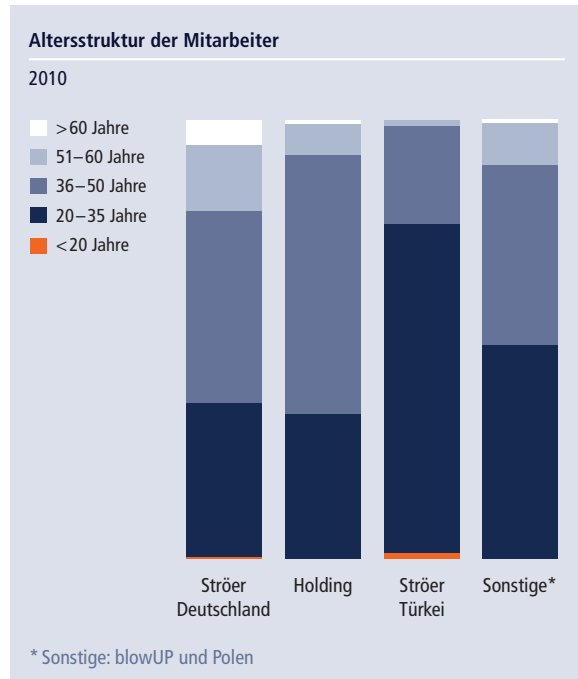
### Betriebszugehörigkeit

Zum Bilanzstichtag waren die Mitarbeiter im Schnitt 6,2 Jahre beim Ströer Konzern beschäftigt (Ströer Media Deutschland Gruppe: 7,3 Jahre, Holding: 3,9 Jahre, blowUP Deutschland: 6,4 Jahre, blowUP Ausland: 5,3 Jahre, Ströer Polen: 5,2 Jahre, Ströer Türkei: 2,8 Jahre).



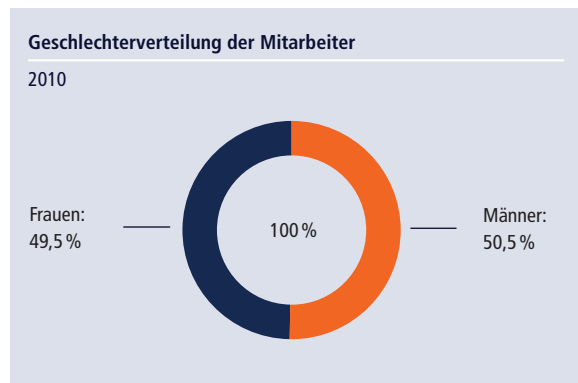
## Altersverteilung

Wir verfügen in Deutschland bei der Ströer Media Deutschland Gruppe und der Holding über eine ausgewogene Altersstruktur, wobei etwa jeweils ein Drittel der Mitarbeiter unter 35, ein weiteres Drittel unter 50 und ein etwas kleinerer Anteil über 51 Jahre alt sind. blowUP, ein relativ junges Unternehmen, verschiebt diese Zusammensetzung der Altersgruppen eindeutig zugunsten der jüngeren Generation. In den Wachstumsmärkten Polen und Türkei liegt der Anteil junger Mitarbeiter bei über 50 Prozent. Während es in Polen etwa 52 Prozent sind, die unter 35 Jahre alt sind, arbeiten immerhin noch gut 10 Prozent über Fünfzigjährige im Unternehmen. Der Anteil junger Mitarbeiter in der Türkei übertrifft diesen Wert noch einmal um ein Vielfaches und entspricht damit der demographischen Struktur des Landes. Bei Ströer Kentvizyon sind mehr als 75 Prozent der Mitarbeiter jünger als 35 Jahre und gerade einmal 1 Prozent liegt über 51 Jahre. In der Türkei arbeitet eine junge Generation in einem jungen Markt und wird dazu beitragen, die Vorstellungen und Wünsche der Kunden in besonderer Weise aufzugreifen und umzusetzen.



## Geschlechterverteilung

Der Anteil weiblicher Mitarbeiterinnen entspricht im Wesentlichen der demographischen Verteilung. Der Anteil an weiblichen Führungskräften über alle Führungsebenen liegt bei über 30 Prozent. Der Fokus liegt hier in den nächsten Jahren auf der weiteren Erhöhung der Quote, insbesondere in umfangreicheren Leitungsfunktionen. Im Bereich der Führungskräfteentwicklung, insbesondere für die Übernahme von weiterführenden Managementaufgaben, liegt die Quote der weiblichen Teilnehmerinnen schon heute bei über 40 Prozent.



## Ausbildung

Ein fester Bestandteil unserer vorausschauenden Personalpolitik ist die kontinuierliche Ausbildung junger Menschen. 2010 bildete Ströer in den Berufsbildern Bürokaufleute, Kaufleute für Bürokommunikation und Kaufleute für Marketingkommunikation bundesweit insgesamt 30 Nachwuchskräfte aus. Davon machten neun Nachwuchskräfte in 2010 ihren Berufsabschluss, wovon acht übernommen wurden. Den akademischen Nachwuchs fördern wir über Kooperationen mit Berufsakademien, fachbereichsspezifische Traineeprogramme für Hochschulabsolventen und ein systematisches Praktikantenprogramm. Zudem nutzen zahlreiche Ströer Mitarbeiter unsere Unterstützungsleistungen bei berufsbegleitenden Studiengängen und Ausbildungen.

## Weiterbildung

Strategisches Ziel der Personalentwicklung ist es, die Mitarbeiter für zukünftige Anforderungen zu rüsten. Bestehende Kompetenzen werden daher konsequent gestärkt und erweitert. Der Fokus liegt hier auf einer individuellen bedarfsgerechten Qualifikation der Mitarbeiter und Führungskräfte. Als Fundament dient dabei das unternehmensspezifische Kompetenzmanagement, das wiederum an Karrierepfade geknüpfte Bildungsbausteine definiert. Ein zentraler Baustein in diesem Kontext sind die funktionspezifischen Einarbeitungsprogramme. Diese sorgen sowohl bei externen als auch internen Besetzungen für einen zielgerichteten und schnellen Kompetenzaufbau.

Die Prozesskette mit Bedarfsanalyse, Trainingsplanung und -umsetzung und schlussendlich dem Bildungstransfer wird durch die Kombination eines internen Trainer-Teams mit E-Learning-Bausteinen bedient. Für Führungskräfte stehen darüber hinaus praxisorientierte Ausbildungsprogramme für jede einzelne Hierarchiestufe zur Verfügung, in denen das Handwerkszeug erfolgreichen Managements vermittelt wird. Fachseminare für den Ausbau der fachbereichsnotwendigen Expertise runden das Weiterbildungsprogramm ab. Insgesamt wurden im Berichtsjahr rund 850 Bildungsveranstaltungen initiiert. Seminare und webbasierte Kurse gehörten ebenso dazu wie Workshops, Coachings und Präsentationsübungen. In der Bildungsarbeit kooperiert Ströer mit einer Vielzahl von Fachhochschulen und Universitäten; so ist der Wissenstransfer aus den Hochschulen gewährleistet.

## Forschung und Entwicklung

Unsere Anstrengungen in Forschung und Entwicklung (F&E) basieren auf dem Grundgedanken, Stadtmöbel und Werbeträger zu schaffen, die in einem höchstmöglichen Maß gestaltend, innovativ und produktionseffizient sind. Die Ströer AG unterhält einen eigenen Bereich für Forschung und Entwicklung, in dem sie selbst Prototypen baut und Werbeträger entwickelt. Unser oberstes Ziel ist dabei, unseren Anspruch nach qualitativ hochwertigen, leistungsfähigen sowie designorientierten Produkten und Technologien mit den Vorteilen einer möglichst optimalen Kostenstruktur zu verbinden.

Als ein führender Anbieter von Außenwerbung fühlen wir uns dauerhaft verpflichtet, zukunftsweisende Lösungsansätze zu entwickeln und das Optimierungspotenzial bewährter Produktreihen auszuschöpfen. Durch die Erweiterung unserer Produktpalette mit digitalen und interaktiven Medien tragen wir den Bedürfnissen der qualifizierten mobilen Zielgruppen Rechnung. Um eine produktübergreifende Standardisierung unserer im Stadtmöbelbereich verwendeten Bauteile und Baugruppen zu erreichen, setzen wir auf eine kritische Prüfung der Herstellungs- und Prozesskosten sowie ein stringentes Komplexitätsmanagement. International vernetzte Entwicklerteams (unter anderem ein Entwicklungsbüro in China) mit breit gestreuter Fachkenntnis und lokaler Marktexpertise arbeiten bei der Entwicklung von innovativen Produkten und Kommunikationslösungen eng zusammen.

Innerhalb des Ströer Konzerns betrachten wir unsere F&E-Aufwendungen als Stärkung der operativen Bereiche und Investition in die Zukunft. Sie sind eine wesentliche Grundlage, um unsere Innovationsführerschaft nachhaltig zu behaupten.

Die F&E-Aktivitäten stehen auf den beiden Säulen Products und Systems. Im Bereich Products lag der Fokus der F&E-Tätigkeiten 2010 weiterhin auf der Optimierung bestehender Produktreihen im Bereich Stadtmöblierung sowie der Erweiterung des Produktportfolios mit Werbeträgern für attraktive und stark frequentierte Standorte. Unsere besondere Aufmerksamkeit galt der Neuentwicklung unseres Premium Billboard, dem neuen hochwertigen 9-qm-Format für einzeln buchbare, hoch frequentierte Billboard-Standorte. Das Produkt wurde gemäß der neuen europäischen Maschinenrichtlinie entwickelt, die am 29. Dezember 2009 in Kraft trat. Damit erfüllt es europaweit gültige Standards hinsichtlich Produktsicherheit und gewährleistet eine hohe technologische Qualität.

Anfang Dezember 2010 wurde im Bereich Systems zusammen mit Ströer Infoscreen ein neues digitales Out-of-Home-Medium eingeführt: der Out-of-Home-Channel. Bis Ende 2011 sollen 1.000 Screens installiert sein. Mit 60- bis 82-Zoll-Displays, Full-HD-Auflösung, erstklassiger Bildqualität und der Dominanz durch den synchronisierten Betrieb mehrerer Flächen vereint das neue digitale Medium alle Vorteile von Außenwerbung, TV und Online – ein großer Schritt zur Digitalisierung der Außenwerbung und ein technischer Quantensprung in unserem Produktangebot.



Unser Supply Chain Management unterstützt unsere F&E-Aktivitäten auf vielfältige Weise. Wesentliche Punkte sind dabei Planung und Management der Lieferantenauswahl, Beschaffung und Umwandlung sowie alle Aufgaben der Logistik. Ziel ist die Nutzenoptimierung, insbesondere im Hinblick auf Lager und Bestandsführung, aber auch die Sicherstellung sämtlicher erforderlicher Ressourcen und Kompetenzen für die eigene Serviceorganisation.

Mit unseren Werbeträgern und Stadtmöbeln setzen wir Maßstäbe in der Gestaltung des öffentlichen Raums. In den vergangenen Jahren wurden die Produkte mehrfach mit Designpreisen ausgezeichnet.

## Chancen- und Risikenbericht

Chancen und Risiken sind eng miteinander verknüpft. Unternehmerischer Erfolg setzt daher stets die Bereitschaft voraus, auch angemessene Wagnisse einzugehen. Unser konzernweites Chancen- und Risikomanagement trägt dazu bei, sich bietende Chancen bestmöglich wahrzunehmen und Risiken wirksam zu begrenzen – ganz im Sinne einer nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes.

### Chancenbericht

#### Chancenmanagementsystem

Der Ströer Konzern definiert Chancen als die Möglichkeit positiver Abweichungen von erwarteten Entwicklungen. Um eine konzernweit ausgewogene Kombination aus Chancen und Risiken zu gewährleisten, werden denkbare bzw. sich bietende Chancen in Ergänzung zum Risikomanagementsystem laufend identifiziert, analysiert und bewertet. Dabei orientiert sich das Chancenmanagement an den aus der Unternehmensstrategie resultierenden vertrieblichen, technisch-operativen und administrativen Zielen. In enger Abstimmung mit dem Konzernvorstand ist das operative Management der Geschäftsbereiche für das Chancenmanagement hauptverantwortlich. Um Chancen rechtzeitig erkennen zu können, ist das Chancenmanagement direkt in die Planungs- und Steuerungssysteme eingebettet. Dabei beobachten und analysieren wir unsere Märkte, die Branche, den Wettbewerb, die individuellen strategischen Erfolgsfaktoren sowie unsere Schlüsselkennzahlen. Die gewonnenen Erkenntnisse nutzen wir, um entsprechende Chancenprofile abzuleiten und realistische Maßnahmenkataloge zu definieren.

#### Gesamtwirtschaftliche Chancen

Gesamtwirtschaftliche Chancen basieren im Wesentlichen auf einer Erhöhung des Nettowerbevolumens in den für Ströer relevanten Märkten. Eine solche Volumenausweitung könnte sich zum einen aufgrund deutlich verbesserter makroökonomischer Rahmenbedingungen ergeben, zum Beispiel einer Verbesserung der allgemeinen Beschäftigungslage, einer Verstärkung des Konsumentenvertrauens und einem Anstieg der Konsumausgaben. Zum anderen besteht die Chance, dass werbeaktive Unternehmen im Zuge einer intensivierten Vertriebs- und Marketingaktivität größere Budgets für Kommunikationszwecke zur Verfügung stellen oder noch stärker als bisher erwartet auf die Außenwerbung setzen.

#### Branchenspezifische Chancen

Im Umfeld einer zunehmenden Digitalisierung der Medieninhalte und einer steigenden Fragmentierung der Werbekanäle verschafft die Außenwerbung mit großen, einprägsamen Bildern Botschaften und Marken nachhaltige Visibilität. Dies gilt insbesondere für die Kernzielgruppe der Werbewirtschaft, die 14- bis 49-Jährigen. Sie zeichnet sich durch rasant zunehmende Mobilität sowie ein geändertes Mediennutzungsverhalten aus und verbringt mehr Zeit „out-of-home“ als „in-home“. Für die Out-of-Home-Branche ergibt sich daraus die Chance, wettbewerbsfähige und reichweitenstarke Kommunikationslösungen zu entwickeln, die attraktive Zielgruppen unterwegs erreichen. Erklärtes Ziel der Außenwerbung ist, ihren Anteil am Gesamtwerbevolumen sukzessive zu erhöhen. Im Gegensatz zu den contentgetriebenen Medien stellt die Digitalisierung für die Außenwerbung keine Bedrohung dar, sondern eine Chance, da sie von der damit einhergehenden Fragmentierung der klassischen Medien profitiert. Darüber hinaus wirkt sich die zunehmende Mobilität der Bevölkerung positiv auf die Außenwerbung aus, die mit der Einführung innovativer und reichweitenstarker Werbeträger, wie beispielsweise dem Out-of-Home-Channel, ihren Marktanteil in Zukunft nachhaltig ausbauen kann.

Insbesondere in Deutschland sehen wir gute Chancen, dass die Außenwerbung mittelfristig einen Anteil von 6 bis 7 Prozent (derzeit 4 %) an den gesamten Werbeausgaben erreichen kann und sich damit an den europäischen Durchschnittswert annähert.

Auch in unseren beiden weiteren Kernmärkten Türkei und Polen rechnen wir hinsichtlich der allgemeinen Werbeintensität mit einem Aufholpotenzial. Bislang lagen beide Länder, gemessen an der Größe „Bruttowerbeausgaben pro Kopf“, deutlich hinter den vergleichbaren Größen westeuropäischer und einzelner osteuropäischer Länder. Im Kontext der dynamischen makro-ökonomischen und soziodemographischen Aussichten sollten die Türkei und Polen diese Lücke in den nächsten Jahren durch ein vergleichsweise höheres Marktwachstum weiter schließen können. Dazu werden auch branchenvalidierte Reichweitenmessungen von Out-of-Home-Medien im polnischen und türkischen Markt beitragen, deren Ergebnisse voraussichtlich im Jahr 2012 zur Verfügung stehen werden.

### **Unternehmensstrategische und leistungswirtschaftliche Chancen**

Unternehmensstrategische Chancen eröffnen sich für den Ströer Konzern auf mehrfache Weise. In geographischer Hinsicht insbesondere durch die klare Ausrichtung auf Länder, die einen deutlichen Aufholbedarf hinsichtlich Werbeausgaben im Allgemeinen bzw. Außenwerbung im Besonderen aufweisen. In Polen bewirken Skaleneffekte aus der Zusammenführung der geschäftlichen Aktivitäten von News Outdoor Poland und unserem Stammgeschäft eine weitere Forcierung und Optimierung des Außenwerbemarktes. Die Chancen zur Gewinnung neuer Kunden in Deutschland nutzen wir vor allem auch durch die Etablierung unserer digitalen Bewegtbild-Werbepattform (Out-of-Home-Channel) mit nationaler Reichweite und zielen damit auf die großen Werbekunden. Darüber hinaus forcieren wir im Zuge der Nutzung validierter und akzeptierter Reichweitenmessungen die stärkere Verankerung der Out-of-Home-Medien im Media-Mix unserer Kunden.

Unsere leistungswirtschaftlichen Chancen basieren ganz wesentlich auf der Steigerung der Kundenzufriedenheit mit unseren Kommunikationslösungen und hoher Qualität in der Betreuung von nationalen und regionalen Kunden sowie Agenturgruppen. Für noch flexiblere und effizientere Arbeitsprozesse entwickeln wir unsere IT-Infrastruktur laufend weiter und optimieren stetig unsere Aufbau- und Ablauforganisation. Mit unserem durchgängigen Personalentwicklungskonzept wird die Motivation und Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen weiter gefördert. Der Bereich Forschung und Entwicklung ist ein wesentlicher Treiber für die Innovationstätigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Ströer Gruppe. In unserem hauseigenen Innovations- und Designcenter werden wir auch weiterhin neue Werbeträgerprodukte entwerfen und bestehende fortlaufend verbessern, um unsere Erfolgsquote in Werberechtsausschreibungen sowie im laufenden technischen Betrieb zu sichern. Unser Entwicklungsbüro in Shanghai wird auch zukünftig eine qualitativ hochwertige Beschaffung verschiedener Werbeträgerprodukte in Asien sicherstellen.

### **Risiken der zukünftigen Entwicklung**

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

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess ist gesetzlich nicht definiert. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassendes System und lehnen uns an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem an.

Unter einem internen Kontrollsystem werden danach die von dem Management im Unternehmen eingeführten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen verstanden, die auf die organisatorische Umsetzung der Entscheidungen des Managements zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit (hierzu gehört auch der Schutz des Vermögens, einschließlich der Verhinderung und Aufdeckung von Vermögensschädigungen), zur Ordnungsmäßigkeit bzw. Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie zur Einhaltung der für das Unternehmen maßgeblichen rechtlichen Vorschriften gerichtet sind.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess sind im Konzern folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

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

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, welche die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns maßgeblich beeinflussen können. Dies sind insbesondere die folgenden 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 Gesellschaften;
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften sowie in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses einschließlich des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns generieren, inklusive einer Funktionstrennung von vordefinierten Genehmigungsprozessen in relevanten Bereichen;
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige EDV-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen;
- Maßnahmen zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems.

Als Unternehmen mit internationaler Ausrichtung unterliegt die Ströer Gruppe vielfältigen Risiken. Um Risiken frühzeitig zu erkennen, systematisch zu erfassen, detailliert zu analysieren und aktiv zu steuern, verfügt die Unternehmensgruppe über ein konzernweit etabliertes Risikomanagementsystem, für das der Vorstand verantwortlich zeichnet. Ein solches System beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoerkennung und zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung. Es wird regelmäßig weiter entwickelt und steht im Einklang mit den gesetzlichen Anforderungen an ein Risikofrüherkennungssystem gemäß § 91 Abs. 2 AktG.

Wesentliche Elemente unseres Risikomanagementsystems sind der Risikomanagementprozess, das Berichtswesen und das konzerninterne Regelwerk.

Das Risikomanagement ist eine etablierte Funktion in der Ströer Gruppe und orientiert sich am Risikomanagementprozess, der neben der Risikostrategie die Phasen der Risikoidentifikation, -bewertung, -steuerung und -kontrolle beinhaltet und damit den gesamten Konzern umfasst. Die Ströer Gruppe definiert Risiken als „Ereignisse, Handlungen oder ihre Unterlassung, die zur Folge haben, dass die geplanten Ergebnisse der Geschäftsaktivitäten nicht erreicht werden, bzw. der Fortbestand des Unternehmens gefährdet ist.“ Zu den Kernrisiken zählen alle Risiken, die eine Bedrohung der strategischen Erfolgsfaktoren darstellen können. Sie werden in der Ströer Risiko-Bewertungsmatrix unter den Perspektiven 'Markt', 'Finanzen', 'Prozesse' sowie 'Mitarbeiter' zusammengefasst.

Das konzernweite Risikomanagementsystem der Ströer Gruppe sorgt für eine qualifizierte und zeitnahe Identifizierung aller wesentlichen Risiken sowie deren Quantifizierung anhand von Eintrittswahrscheinlichkeit und potenzieller Schadenhöhe, um auf dieser Grundlage ein aktives, bereichsübergreifendes Risikomanagement und -controlling sicherzustellen. Jedes Risiko lässt sich anhand seines Schadenserwartungswertes einer von drei Risikokategorien (unbedeutend, mittel, hoch) zuordnen, an die wiederum verschiedene strategische Vorgaben zur Handhabung des Risikos geknüpft sind.



Für jedes Risiko und jede Maßnahme gibt es einen eindeutig festgelegten Risikoverantwortlichen. Das Risikomanagementsystem wird kontinuierlich an veränderte Organisationsstrukturen angepasst. Die Förderung der Risikokultur hat einen hohen Stellenwert. Eine umfassende Dokumentation gewährleistet die Transparenz des Risikomanagements und die Nachvollziehbarkeit durch Dritte. Dem zentralen Risikomanagement obliegt die Methoden- und Systemkompetenz für das Risikomanagement. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Systems sicher und informiert Vorstand und Aufsichtsrat in jedem Quartal über die wesentlichen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist, sowie die Änderungen in der Beurteilung bereits identifizierter Risiken. Bei unerwartet auftretenden Risiken, die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche gegenüber dem Vorstand und dem zentralen Konzern-Risikomanagement zur Berichterstattung verpflichtet.

Das detaillierte Risikoberichtswesen erstreckt sich über sämtliche Unternehmensbereiche und Hierarchieebenen. Im vierteljährlichen Reportingprozess meldet jeder Risikoverantwortliche die bestehenden und potenziellen Risiken seines Bereichs an das zentrale Risikomanagement. Es werden sämtliche Risiken des Konzerns auf Interdependenzen untersucht, Mehrfachnennungen eliminiert und die verbleibenden Risiken zu Kernrisiken zusammengefasst. Bestandsgefährdende Risiken wurden dabei nicht identifiziert. Ein Quartalsbericht stellt die Eintrittswahrscheinlichkeit und die mögliche Schadenhöhe der Kernrisiken zum Zeitpunkt der Identifikation sowie geeignete Steuerungsmaßnahmen unter Berücksichtigung des Umsetzungsfortschritts dar. Zudem gibt er Aufschluss über die Veränderungen der Kernrisiken im Zeitablauf. Ein positiver Einfluss auf die Kernrisiken des operativen Bereichs geht von zahlreichen Maßnahmen aus, die mit den laufenden Projekten zur Qualitätssteigerung der Kernprozesse in Verbindung stehen.

Die Grundsätze des Risikomanagements der Ströer Gruppe sind in der Konzernrichtlinie Risikomanagement dokumentiert. Sie definiert die konzerneinheitlichen Methoden des Risikomanagements, Verantwortlichkeiten für die Durchführung der Risikomanagementaktivitäten sowie Berichts- und Überwachungsstrukturen. Das Zentrale Risikomanagement stellt dadurch sicher, dass der Risikomanagementprozess intern wie extern jederzeit transparent und nachvollziehbar ist. Regelmäßige Risikoworkshops fördern zusätzlich das Risikobewusstsein im Konzern.

### **Risikolage**

Aus der Gesamtheit der identifizierten Risiken werden nachfolgend die Risikofelder dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in wesentlichem Umfang negativ beeinflussen können. Aus den symmetrischen Risiken – also potenziellen Ereignissen, die auch positive Abweichungen vom Plan erlauben – können dabei ebenso Chancen entstehen. Die Chancen stellen wir im Chancenbericht ab Seite 63 dar.

### **Markt**

In Anlehnung an die Prognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute unterstellt die Ströer Gruppe für das Jahr 2011 ein fortgesetztes Wirtschaftswachstum in ihren Kernmärkten. Durch den Grad der Staatsverschuldung und die damit möglicherweise einhergehende Konsolidierung öffentlicher Haushalte könnte allerdings eine Abschwächung der wirtschaftlichen Dynamik eintreten. Die Verschärfung geopolitischer Spannungen und die Destabilisierung politischer Systeme wären weitere Risiken für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung. Fällt das Wachstum geringer aus als erwartet, könnte sich dies negativ auf die Investitionsbereitschaft der Werbetreibenden auswirken. Unternehmerische Risiken, die sich auf branchenspezifische Besonderheiten zurückführen lassen, können vor allem mit dem Beschaffungsbereich, der Vermarktung sowie dem regulatorischen Umfeld in Zusammenhang stehen.

Im Beschaffungsbereich könnten sich negative Planabweichungen unter Umständen durch den Verlust von Werbenutzungsrechten, mangelnde Rentabilität von Werberechtsverträgen mit Mindest-, Fest- oder Garantiepachtvereinbarungen sowie ausbleibende Genehmigungen attraktiver Standorte ergeben. Die Ströer Gruppe wirkt diesen Risiken durch professionelles Akquisitionsmanagement entgegen. In der Vermarktung könnten negative Planabweichungen gegebenenfalls durch Erlöseinbußen bei der Auftragserteilung gewichtiger Kundengruppen, Kundenverluste im intra- und intermediären Wettbewerb oder reduzierte Margen infolge höherer Rabatte in der Medienbranche entstehen. Dem begegnen wir mit kontinuierlicher Anpassung und Weiterentwicklung

unserer Vertriebsorganisation. Nicht vollständig auszuschließen sind zudem Risiken, die aus dem regulatorischen Umfeld resultieren. In Abhängigkeit vom jeweiligen Kontext minimieren wir diese Risiken durch eine Reihe von Maßnahmen. Hierzu zählen insbesondere die Anpassung der Organisation und die Beratung durch Fachexperten, Anwaltskanzleien oder Steuerberater.

### Finanzen

Aus der bestehenden Verschuldung resultiert für die Ströer Gruppe ein Finanzierungsrisiko. Dessen Tragweite hängt insbesondere von der Einhaltung der im Kreditvertrag vereinbarten Kennziffern (Financial Covenants) ab. Gleichzeitig bestehen gegenüber den Darlehensgebern eine Reihe von Auflagen und Informationspflichten. Ein Verstoß gegen Covenants oder sonstige Pflichten kann zu Sanktionsrechten der Darlehensgeber führen. Des Weiteren resultieren aus der Finanzierung der Ströer Gruppe Zinsbelastungen. Durch die im Berichtsjahr durchgeführten Kapitalerhöhungen und die Aufnahme der Börsennotiz haben wir jedoch unsere Verschuldung deutlich gesenkt und die Eigenkapitalquote auf rund 30 Prozent verbessert.

Unsere internationalen Aktivitäten sind mit währungsbedingten Risiken verknüpft. Insbesondere besteht ein Translationsrisiko, das sich aus der Umrechnung der in Fremdwährung aufgestellten Abschlüsse ausländischer Tochtergesellschaften ergibt. Die weiteren Währungsrisiken (Transaktions-, Operationsrisiko) sind von geringerer Bedeutung. Bei Verlusten von Tochtergesellschaften oder sonstigen Beteiligungsunternehmen kann sich das Beteiligungsrisiko negativ auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken.

Ausführliche Details zu den finanziellen Risiken finden Sie im Konzernanhang auf Seite 133.

### Prozesse

Innovation und betriebliche Leistungserstellung sind die wesentlichen Elemente unserer Wertschöpfungskette – von der Identifizierung des Kundenwunsches bis zu dessen vollständiger Umsetzung.

Im Rahmen des Innovationsprozesses besteht grundsätzlich das Risiko, dass aktuelle oder zukünftige Kundenwünsche nicht hinreichend erkannt werden bzw. die Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen falsch eingeschätzt wird. Daneben ist im Herstellungsprozess die genaue Beachtung von Patenten oder sonstigen gewerblichen Schutzrechten Dritter erfolgskritisch. Der sich anschließende Betriebsprozess umfasst sämtliche Aktivitäten vom Eingang der Bestellung über die Auslieferung des Produkts oder der Erbringung der Dienstleistung bis zum Kundendienst. Ein besonderes Augenmerk der Ströer Gruppe liegt vor allem auf Qualitätsrisiken im Zusammenhang mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung von Werbeträgern bzw. Stadtmöbeln. Gleiches gilt für potenzielle Störungen im Hinblick auf die ordnungsgemäße und effiziente Arbeitsweise bei Angebotserstellung, Auftragsabwicklung, Reklamations- und Forderungsmanagement.

Diesen Prozessrisiken setzen wir umfangreiche Untersuchungen der Marktsituation entgegen. Positiv wirken auch die initiierten Projekte zur Optimierung der Kernprozesse und des internen Kontrollsystems. Für die Vertriebssteuerung wurden Standards und Systeme entwickelt, die ein Reporting und eine Erfolgskontrolle sicherstellen. Managementinstrumente wie Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators) vereinheitlichen die Arbeitsprozesse und schaffen eine umfassende Transparenz hinsichtlich Prioritätenfestsetzung und Zielerreichung. Diese Schlüsselkennzahlen bilden Erfolge und Mißerfolge ab und ermöglichen eine schnelle Korrektur, sollten deutliche Abweichungen von den Zielvorgaben entstehen.

Unternehmensabläufe sowie die interne und externe Kommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Somit ist die IT-Sicherheit ein wichtiger Faktor: Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit müssen zuverlässig gegeben sein. Eine wesentliche Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnten insbesondere zu Datenverlusten und einer Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Risiken kontrollieren wir mit einer Reihe von adäquaten IT-Sicherheitsmaßnahmen.

## Mitarbeiter

Hochqualifizierte Mitarbeiter und Führungskräfte bilden die Grundlage für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Ein bedeutendes Risiko könnte aus der Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen entstehen, sofern sich diese nicht bzw. nicht rechtzeitig ersetzen lassen. Zur Reduzierung dieses Risikos stärken wir das Ansehen von Ströer als Arbeitgeber, indem wir ein leistungsbezogenes Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote, Mentoren- und Coachingprogramme sowie Stellvertreterregelungen anbieten. Außerdem arbeiten wir mit diversen Universitäten und Instituten eng zusammen und können auch so unser Profil als innovatives Unternehmen unterstreichen.

## Nachtragsbericht

Nachtragsberichtspflichtige Ereignisse sind nicht eingetreten.

## Prognosebericht

### Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Der weltweite konjunkturelle Aufschwung soll sich den Prognosen zufolge auch 2011 fortsetzen. Da zahlreiche Konjunkturprogramme auslaufen und der Zwang zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte die Volkswirtschaften unter Druck setzt, wird die Weltwirtschaft 2011 mit einem Plus von voraussichtlich 3,8 Prozent laut Sachverständigenrat jedoch weniger stark wachsen als im Jahr zuvor.

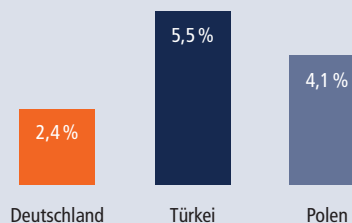
Im Euroraum dürfte sich das Wachstumstempo 2011 insgesamt kaum verändern. Unser mit Abstand wichtigster Markt Deutschland war weniger von den Folgen der Krise der Weltwirtschaft betroffen und weist im Euroraum zurzeit die stärkste wirtschaftliche Entwicklung auf. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass sich die deutsche Wirtschaft zum Jahresende 2010 erst wieder auf dem Produktionsniveau bewegte, das in etwa dem zur Jahreswende 2006/2007 entsprach.

Den aktuellen Konjunkturindikatoren zufolge, sollte sich die wirtschaftliche Erholung in Deutschland 2011 weiter fortsetzen. Das Expansionstempo wird sich aufgrund einer weniger stark wachsenden globalen Konjunktur sowie auslaufender fiskalischer Stützungsmaßnahmen allerdings nicht halten lassen. Der Aufschwung stützt sich jedoch im laufenden und nächsten Jahr vermutlich auch auf eine stärkere Binnennachfrage. Dabei werden laut dem ifo Institut vor allem die privaten Konsumausgaben mit einer erwarteten Wachstumsrate von 1,4 Prozent sowie die Ausrüstungsinvestitionen mit einem prognostizierten Anstieg von 8,7 Prozent positiv zum Wirtschaftswachstum beitragen. Insgesamt dürfte der Aufschwung 2011 laut ifo mit einer prognostizierten Zuwachsrate des Bruttoinlandsprodukts von 2,4 Prozent hinter dem Vergleichswert des Berichtsjahres zurückbleiben.

Auch unsere beiden wichtigsten Auslandsmärkte Türkei und Polen entwickeln sich weiter dynamisch. Die türkische Wirtschaft wächst weiterhin kräftig und wird laut Eurostat auch in 2011 mit einem BIP-Anstieg von voraussichtlich 5,5 Prozent eine Wachstumsrate deutlich oberhalb der entsprechenden Werte des Euroraums aufweisen. Auch die OECD rechnet mit einer Fortsetzung der Wachstumsdynamik und erwartet im Zeitraum 2011 bis 2017 sogar einen durchschnittlichen BIP-Anstieg von 6,7 Prozent. Damit dürfte die Türkei die am schnellsten wachsende Volkswirtschaft unter den OECD-Mitgliedsstaaten sein.

### Prognostizierte Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe (2011)

Quellen: ifo, Eurostat, polnisches Wirtschaftsministerium





Zu dieser positiven Entwicklung werden auch die Fortsetzung des eingeleiteten EU-Beitrittsprozesses und die damit verbundenen Strukturreformen beitragen. Im Ergebnis wird das Haushaltsdefizit, das 2009 noch 5,5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts ausmachte, in 2011 voraussichtlich unter die drei-Prozent-Marke sinken. Damit würde die Türkei ein weiteres EU-Konvergenzkriterium des Vertrags von Maastricht erfüllen.

Günstige Rahmenbedingungen für ein stabiles Wachstum der türkischen Wirtschaft bilden außerdem der hohe Anteil junger, mobiler Bevölkerungsgruppen in der türkischen Gesellschaft und die Konzentration der Bevölkerung in den Metropolen des Landes. Die Arbeitslosenrate dürfte von 11,9 Prozent (2010) auf 11,5 Prozent (2011) sinken. Der aus Lohnzuwächsen resultierende Anstieg bei den privaten Ausgaben von 4,6 Prozent in 2011 und 5,6 Prozent in 2012 wird die Binnenkonjunktur ebenso antreiben wie die Erhöhung der staatlichen Ausgaben in 2011 von 4,4 Prozent und 2012 von 4,8 Prozent.

Die Türkische Zentralbank wird weiterhin versuchen, mit einer eher restriktiven Geldpolitik die Balance zwischen Wachstumsdynamik und inflationären Tendenzen sicherzustellen. Für 2011 verfolgt die Zentralbank ein Inflationsziel von 5,5 Prozent. Analysen der türkischen Garanti Bank gehen mit 6,4 Prozent von einer ähnlichen Größenordnung aus. Auch über 2011 hinaus dürfte die Inflationsrate auf diesem Niveau verharren (2012: 6,5 % und 2013: 6,2 %).

Laut polnischem Wirtschaftsministerium wird das reale Wirtschaftswachstum 2011 bei 4,1 Prozent, nach 3,8 Prozent im Berichtsjahr, liegen. In ihrem aktuellen wirtschaftlichen Ausblick Nr. 88 geht die OECD von ähnlichen Werten für Polen aus und erwartet für 2011 einen Zuwachs von 4,0 Prozent, der sich in 2012 weiter auf 4,3 Prozent steigern soll. Damit steuert Polen auf eine der höchsten Wachstumsraten in der EU zu. Diese positiven Einschätzungen basieren auf einem deutlichen Anstieg der Beschäftigtenzahlen und einem weiter anziehenden privaten Konsum, auch wenn die Mehrwertsteuererhöhung und die steigende Inflation zu Beginn des Jahres einen etwas dämpfenden Charakter haben werden. Laut OECD wird die Arbeitslosenrate von geschätzten 9,6 Prozent in 2010 auf 8,9 Prozent (2011) bzw. 7,8 Prozent (2012) sinken.

Darüber hinaus wird die wirtschaftliche Entwicklung auch von öffentlichen Investitionen in die Energiewirtschaft und die Verkehrs- und Versorgungsinfrastruktur sowie von Bauinvestitionen im Vorfeld der Fussball-Europameisterschaft 2012 gestützt. Polen profitiert dabei in besonderem Maße von den Strukturfondsmitteln der EU, die in substanzieller Höhe zur Verfügung stehen. Der Beitritt zur Eurozone wird erst in ein paar Jahren für realistisch gehalten, da zuvor die öffentliche Verschuldung in Übereinstimmung mit den Maastricht-Kriterien gebracht werden muss. Das Haushaltsdefizit liegt bei mehr als 7 Prozent des Bruttoinlandsprodukts.

### Zukünftige Branchenentwicklung

Die Medienbranche ist weltweit einem intensiven Veränderungsprozess im Nutzungsverhalten unterworfen, der inzwischen an Sichtbarkeit gewonnen hat und sich auch im Alltag der Werbetreibenden und Konsumenten immer stärker bemerkbar macht. Der Markt der klassischen Medien unterliegt insbesondere dem Einfluss der Medienkonvergenz. Die fortschreitende Digitalisierung entkoppelt zunehmend den medialen Inhalt von seinem physischen Träger. So werden zum Beispiel in allen Märkten die Inhalte von Zeitungen und Zeitschriften immer stärker online, das heißt über das Internet, konsumiert, wodurch die Reichweite der Printmedien abnimmt und damit auch ihre Auflagen. Laut IVW sind die Auflagenzahlen der Publikumszeitschriften im Zeithorizont von 2000 bis 2010 von 130 auf 110 Millionen Stück zurückgegangen. In Deutschland hat das Internet nach neuesten Angaben des Branchenverbands sogar den Zeitungen und Zeitschriften in Bezug auf Bruttoumsätze den Rang abgelassen und belegt nun hinter TV den zweiten Platz.

Auch die Funktionen der einzelnen Medien im Media-Mix ändern sich. So spricht zum Beispiel die Studie Media Map der Agenturgruppe OMD davon, dass die digitalisierten Out-of-Home-Medien im Zusammenspiel mit dem mobilen Web zusätzlich zu einem Dialogmedium avancieren, in dem Interaktivitätselemente mit digitalen Mehrwerten intensiv genutzt werden. Die Interaktion liefert eine ganz neue Datenqualität zur Optimierung von Out-of-Home-Kampagnen.

Der Digitalisierung der Out-of-Home-Medien kommt in diesem Prozess eine erhebliche Bedeutung zu, da diese Medien die einzige Werbeform sind, die in digitalisierter Form technisch nicht unterdrückt oder vermieden werden kann. Die rasante technische Weiterentwicklung der LED- und LCD-Systeme wird zum bestimmenden Faktor für die Digitalisierung der Out-of-Home-Medien, denn sinkende Preise für hochwertige digitale Lösungen treffen auf eine steigende Kundennachfrage. Das schafft eine attraktive Kosten-Nutzen-Relation für weitere Investitionen, erhöht die Rentabilität und beschleunigt die digitale Vernetzung innerhalb der gesamten Medienbranche.

### Entwicklung der Werbeausgaben

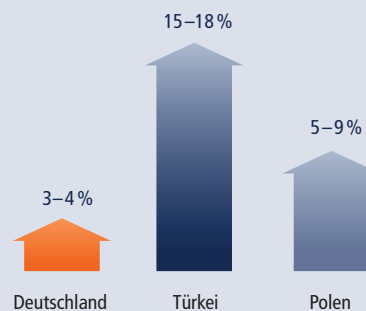
Weltweit ist eine Erholung der Werbekonjunktur zu beobachten, die sich in ihrer Dynamik auch in den kommenden Jahren fortsetzen dürfte. ZenithOptimedia schätzt das globale Wachstum auf zirka 5 Prozent in den Jahren 2011 und 2012, wobei für Westeuropa gut 3 Prozent und für Zentral- und Osteuropa 9 Prozent prognostiziert werden. Auf dieser Basis würden die Werbeaufwendungen 2012 wieder das globale Vorkrisenniveau überschreiten. Die deutsche Medienbranche rangiert in diesem Wachstumsszenario auch zukünftig unter den vier größten Werbemärkten weltweit.

### Deutschland – Entwicklung des Werbemarktes 2011/2012

Die Schätzungen für den Medienmarkt in Deutschland gehen von einem stetigen Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Das Beratungsunternehmen PriceWaterhouseCoopers (PwC) erwartet einen durchschnittlichen Anstieg der Nettowerbeerlöse um zirka 4 Prozent für alle klassischen Medien, während ZenithOptimedia das Wachstum bei durchschnittlich rund 3 Prozent sieht. In jedem Fall rechnen beide mit einem Zuwachs leicht oberhalb des BIP-Wachstumskorridors und gehen davon aus, dass in Deutschland spätestens 2012 (nach ZenithOptimedia) wieder das Vorkrisen-Umsatzniveau von 2008 erreicht oder sogar, so sieht es PwC, überschritten wird.

### Prognostizierte Bandbreite der Entwicklung des Werbemarktes in wichtigen regionalen Märkten der Ströer Gruppe im Zeitraum 2011/2012

Quellen: MagnaGlobal, PriceWaterhouseCoopers, ZenithOptimedia



Einmütig sehen die Studien den größten Anteil des Media-Wachstums in den nächsten beiden Jahren im Bereich der Internetwerbung. Diese Grundeinschätzung wird sowohl von der Media Map der Agenturgruppe OMD als auch vom Frühjahrsmonitor der Organisation der Mediaagenturen gestützt. Bezogen auf Printmedien gehen nach PwC die Prognosen nur von einem minimalen Wachstum oder wie ZenithOptimedia sogar von einem weiteren leichten Rückgang aus. Im OMG-Frühjahrsmonitor war Out-of-Home neben TV und Online das einzige Medium mit leichter Wachstumsperspektive für die nächsten fünf Jahre.

### Prognose für den Bereich der Out-of-Home-Medien in Deutschland

Verschiedene Studien zeigen für die nächsten zwei Jahre ein Netto-Wachstum der Out-of-Home-Branche in einer Größenordnung von 2 bis 4 Prozent auf. PwC schätzt die Größenordnung des stabilen Wachstums für 2011 und 2012 auf jeweils rund 3 Prozent und für 2013/14 auf 4 Prozent. MagnaGlobal erwartet in 2011 einen Anstieg der Nettoausgaben von mindestens 2 Prozent. Auch die OMG-Frühjahrsprognose spricht den Out-of-Home-Medien für die nächsten Jahre eine wachsende Bedeutung zu, die in ihrer Dynamik wahrscheinlich nur von Onlinemedien übertroffen wird. Wir sind davon überzeugt, dass die zunehmende Digitalisierung der Außenwerbung zusätzliche Umsatzpotenziale schafft.

### Türkei – Entwicklung des Werbemarktes

Der Werbemarkt in der Türkei entwickelt sich sehr dynamisch. Durch den starken Anstieg im Berichtsjahr wurde hier vermutlich bereits das Vorkrisenniveau erreicht bzw. überschritten. ZenithOptimedia prognostiziert für 2011/12 jährliche Wachstumsraten in der Bandbreite von 16 bis 18 Prozent in lokaler Währung, MagnaGlobal von jeweils rund 15 Prozent (währungsbereinigt). Wachstumstreiber sind im Wesentlichen die Bereiche Online, TV und Out-of-Home-Medien.

Zurzeit wird in der türkischen Legislative ein Gesetz diskutiert, das neue Regelungen für den TV-Werbemarkt vorsieht. In der Diskussion steht eine Stärkung der redaktionellen Inhalte im Verhältnis zu dem Zeitanteil von Werbespots, die zu einer substantiellen Verringerung der TV-Werbezeiten führen wird. Aufgrund des weit fortgeschrittenen Gesetzgebungsverfahrens ist noch in der ersten Jahreshälfte 2011 mit einer Entscheidung zu rechnen.

#### **Entwicklung des Out-of-Home-Marktes**

ZenithOptimedia prognostiziert für den türkischen Out-of-Home-Markt auf Basis lokaler Währung eine Steigerungsrate von 12 und 19 Prozent in den Jahren 2011 und 2012. MagnaGlobal erwartet selbst unter Berücksichtigung von Währungskursveränderungen ein Branchenwachstum in der Größenordnung von jeweils 15 Prozent auf rund 230 Millionen US-Dollar in 2012. Damit liegt der Anteil von Out-of-Home am Gesamtmarkt bei 7 Prozent. Zusätzliches Wachstumspotential erwarten wir auch in der Türkei aus der zunehmenden Digitalisierung des Mediums sowie aus einer weiteren Professionalisierung der Branche, unter anderem durch die Einführung eines Systems zur Messung von Reichweiten.

Die dynamische Entwicklung des Out-of-Home-Marktes geht – begleitet von Preiserhöhungen und verbesserten Auslastungsraten – mit einem weiteren Ausbau der Flächenkapazitäten einher. Neben der Ausweitung existierender Konzessionsverträge wirkt sich auch aus, dass ausgewählte Standorte mit statischen Flächen sukzessiv auf Wechselertechnologie umgestellt werden. Darüber hinaus erwarten wir weiteres Mengenwachstum aus zusätzlichen öffentlichen Werberechtskonzessionen.

#### **Polen – Entwicklung des Werbemarktes**

Die Erwartungen für den polnischen Werbemarkt gehen nach ZenithOptimedia von einem stabilen jährlichen Wachstum (in lokaler Währung) im Bereich von 5 bis 9 Prozent in den nächsten beiden Jahren aus. Diese Einschätzung entspricht auch der Prognose von MagnaGlobal, die ebenfalls für 2011 und 2012 von einem Wachstum zwischen 7 und 9 Prozent ausgeht. Auch in Polen wird der Markt durch die Veränderungen im Bereich der Medienkonvergenz getrieben. Das Wachstum wird somit vor allem aus dem Onlinesektor kommen, für den jährliche Expansionsraten von 15 Prozent vorausgesagt werden. Der Anstieg des polnischen Werbemarktes stützt sich aber neben dem Onlinebereich auch auf eine nachhaltige Zunahme für die Bereiche TV und Out-of-Home. Die Prognosen für Print und Radio gehen, laut ZenithOptimedia bezogen auf die Jahre 2011/2012, von Veränderungsraten im Bereich der Nulllinie aus.

#### **Entwicklung des Out-of-Home-Marktes**

Für die Out-of-Home-Medien prognostiziert ZenithOptimedia – ausgehend von einer Marktgröße von umgerechnet rund 180 Millionen US-Dollar in 2010 – weiteres Wachstum. Während 2011 noch ein unterdurchschnittliches Wachstum aufweist, beschleunigt sich der Anstieg in 2012 auf 4 bis 5 Prozent. Die polnische Außenwerbekammer rechnet hingegen mit einer deutlicheren Erstarkung des Wachstums und beziffert den voraussichtlichen Zuwachs in 2011 und den folgenden Jahren mit 6 Prozent. Unterstützend wird sich die weitere Konsolidierung des Out-of-Home-Marktes auswirken, die Ströer 2010 mit der Übernahme der News Outdoor Poland forciert hat. Sie dürfte perspektivisch auch die weitere Professionalisierung des Mediums vorantreiben. Dabei werden voraussichtlich nicht nur eine Vereinheitlichung des Flächenbestands und eine stärkere Betonung der Reichweitenstärke des Mediums, sondern auch eine optimierte Markt- und Kundenbearbeitung auf nationaler wie regionaler Ebene im Fokus stehen.

#### **Künftige Ausrichtung der Ströer Out-of-Home Media AG**

Die Ströer Out-of-Home Media AG wird auch in den nächsten Jahren an ihrer Strategie festhalten und grundsätzlich nur in solchen Märkten tätig sein, in denen sie führende Stellungen im Out-of-Home-Markt einnimmt oder perspektivisch erreichen kann. Durch die im Berichtsjahr in unseren ausländischen Wachstumsmärkten Türkei und Polen abgeschlossenen Akquisitionen haben wir unsere dortigen Marktpositionen deutlich gestärkt. Darauf aufbauend, werden wir im In- und Ausland weiteres organisches Wachstum forcieren und aus dieser führenden Position heraus die Wettbewerbsfähigkeit der Außenwerbebranche konsequent vorantreiben. Wir positionieren uns als relevanter Partner der werbetreibenden Industrien und werden deshalb sowohl in bestehende Kundenbeziehungen investieren als auch die Kundengewinnung ausbauen – vor allem im Bereich der national agierenden Klienten.



Als größter Anbieter von Out-of-Home-Medien verstehen wir unsere Stellung in Deutschland, dem größten europäischen Werbemarkt, als Ansporn und Verpflichtung zugleich. Besonderes Augenmerk legen wir auf die Digitalisierung unserer Out-of-Home-Angebote. Den Grundstein für die Installation des Out-of-Home-Channels in den Innenbereichen der 200 frequenzstärksten Bahnhöfe der Deutschen Bahn legten wir im Dezember 2010. Bis zum Ende des Jahres 2010 konnten wir unter anderem bereits den neuen Berliner Hauptbahnhof mit mehr als 30 HD-fähigen Bildschirmen ausstatten. Seitdem geht der Aufbau kontinuierlich weiter, sodass wir erwarten, im Verlauf des 2. Quartals 2011 die Zahl von 800 Anlagen zu erreichen und zum Jahresende die geplanten 1.000 Bildschirme realisiert zu haben. Insgesamt werden wir dafür ein Investitionsvolumen in zweistelliger Millionenhöhe zur Verfügung stellen.

Unser organischer Wachstumspfad ist also intakt. Dabei kommt uns zugute, dass wir weiterhin von der verstärkten Konvergenz der Medieninhalte profitieren werden. In unserem Wettbewerbsumfeld gibt es unserer Ansicht nach zurzeit kein vergleichbares digitales Angebot für Bewegtbilder im Außenbereich. Diesen Vorsprung wollen wir nachhaltig nutzen.

Die mit der Digitalisierung und Fragmentierung einhergehenden, tief greifenden Veränderungen in der Nutzung der klassischen Werbemedien verschaffen uns einen strategischen Wettbewerbsvorteil gegenüber contentgetriebenen Medien. Die zunehmende Digitalisierung führt letztlich zu einem sukzessiven Verlust an Reichweite pro Kanal. Laut Untersuchung der Agentur Mediacom wurden Mitte der 60er Jahre nur zehn Werbespots benötigt, um eine Reichweite von 80 Prozent der Bevölkerung zu erzielen. In 2010 werden dagegen für eine vergleichbare Reichweite über 500 Spots benötigt.

Anders als bei den klassischen Medien, sind die Kontaktfrequenzen an den Standorten von Out-of-Home-Medien im öffentlichen Raum nicht den Folgen der Fragmentierung bzw. Digitalisierung ausgesetzt. Im Gegenteil: Die weiter zunehmende Mobilität der Gesellschaft führt hier zu tendenziell höheren Kontaktfrequenzen. Wir gehen davon aus, dass die Außenwerbung von diesen strukturellen Faktoren in den nächsten Jahren in immer stärkerem Maße profitieren wird.

Durch die hohe Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells kommt den Geschäftsprozessen und den eingesetzten IT-Systemen besondere Bedeutung zu. Daher arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung der Ablaufprozesse in allen operativen Bereichen und steigern damit weiter unsere Effizienz. Wir werden diese Anstrengungen auch in den Folgejahren auf allen Ebenen fortsetzen.

Grundlegende Änderungen in der geschäftspolitischen Ausrichtung der Ströer Gruppe sind nicht zu erwarten.

### **Deutschland**

Die im europäischen Vergleich eher späte Konsolidierung und Professionalisierung des deutschen Out-of-Home-Marktes hatte zur Folge, dass der Anteil der Außenwerbung am Gesamtwerbemarkt in Deutschland noch deutlich unterhalb dem anderer europäischer Werbemärkte liegt. Zugleich sind die Top-200-Werbetreibenden, die laut Nielsen Research 2010 einen Anteil von 3,4 Prozent an den Bruttowerbeaufwendungen auf sich vereinen, in den deutschen Out-of-Home-Medien weiterhin stark unterrepräsentiert. An dem sich daraus ergebenden Aufholpotenzial, das wir bereits 2010 zu unseren Gunsten genutzt haben, wollen wir als größter Anbieter in Deutschland durch gezielte Steuerung unserer Vertriebsaktivitäten und eine Lancierung von Premiumangeboten, wie zum Beispiel dem Out-of-Home-Channel, überproportional partizipieren. Mit unserem bundesweiten Werbeträgerportfolio in allen gängigen Out-of-Home-Formaten sind wir dafür bereits heute sehr gut aufgestellt.

Die dynamische technische Entwicklung bei den HD-fähigen Bildschirmen ermöglicht uns einen wegweisenden Schritt in der Evolution der Out-of-Home-Medien. Mit dem neuen Out-of-Home-Channel werden wir bis Jahresende 2011 ein Netzwerk mit nationaler Abdeckung in Betrieb haben. Für unsere Kunden besteht damit jetzt die Möglichkeit, großformatige Bewegtbilder

und Videos in HD-Qualität „out-of-home“ für ihre Werbung zu nutzen und gleichzeitig eine Reichweite zu erzielen, die mit mittelgroßen TV-Sendern vergleichbar ist. Damit eröffnen wir den Werbetreibenden erstmals einen komplementären Transfer von TV-Kampagnen in den öffentlichen Raum. Mit dem Out-of-Home-Channel untermauern wir unsere Innovationskraft und erschließen den Zugang zu Werbebudgets außerhalb des traditionellen Out-of-Home-Sektors.

Mit dem auf fünf Jahre angelegten Programm Premium Billboard wollen wir bis Ende 2015 unsere Flächenanzahl an den meistnachgefragten Standorten durch den Einsatz der Wechslertechnologie im Billboard-Segment sukzessive ausbauen. Dazu werden wir pro Jahr bis zu 1.000 klassische Großflächen an hoch frequentierten Standorten durch verglaste, hinterleuchtete Wechsler- vitrinen mit dreifacher Kapazität austauschen. Durch den Ausbau unserer verfügbaren Flächen im großformatigen Premium-Segment werden wir zukünftig die heute in Spitzenzeiten unbefriedigte Nachfrage bedienen können und unser Angebot für das wichtige Segment der nationalen und regionalen Premiumkunden insgesamt weiter vergrößern.

### **Auslandsmärkte**

Im türkischen und polnischen Markt erwarten wir eine dynamische Werbekonjunktur, die von makroökonomischen und soziodemographischen Rahmendaten in diesen Ländern gestützt wird. In beiden Ländern werden wir die Einführung von Reichweitenmessungssystemen (Audience Measurement Systemen) auf Basis international akzeptierter Standards und in Abstimmung mit unseren lokalen Wettbewerbern weiter forcieren. Ströer erwartet eine Vorlage der Reichweiteregebnisse in der Türkei für Mitte 2012 und in Polen bis Ende 2012. Wir stärken damit die Position der Out-of-Home-Medien insbesondere im Wettbewerb zu TV, Radio sowie Print und werden die gewonnenen Erkenntnisse effektiv in die vertrieblichen Aktivitäten einfließen lassen.

Im türkischen Markt wollen wir zudem unser Portfolio klassischer und digitaler Werbeträger kontinuierlich ausbauen und so unsere führende Position in dem sehr dynamischen ökonomischen Umfeld festigen. Hierfür bieten sich insbesondere in der Türkei vermehrt Möglichkeiten, da die Werbeträger-Durchdringung noch nicht westeuropäisches Niveau erreicht hat. Außerdem ist mit der Erschließung weiterer Werberechtskonzessionen auf öffentlichem Grund im Großraum Istanbul und in Anatolien zu rechnen. Wir werden uns aktiv in diesen Prozess einbringen und dadurch unsere Marktposition weiter stärken.

In Polen haben wir mit der Akquisition der News Outdoor Poland im November 2010 einen weiteren Wachstumsschritt abgeschlossen und werden nun den Markt mit einem erweiterten Produkt- und Serviceangebot bearbeiten. Wir erwarten im polnischen Outdoor-Markt mittelfristig eine Fortsetzung der Konsolidierung. Eine geringere Marktfragmentierung wird letztlich zu einer stärkeren Vereinheitlichung der angebotenen Werbeträgerformate führen und eine Angleichung an westeuropäische Qualitätsstandards bewirken. Diese Entwicklung wird die Wettbewerbsfähigkeit des Out-of-Home-Mediums im Vergleich zu den übrigen Werbeformen in Polen noch einmal deutlich erhöhen. Wir gehen auch davon aus, dass die Bedeutung von öffentlichen Werberechtskonzessionen im Bereich der Stadtmöblierung zunehmen wird. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der zurzeit stattfindenden Ausschreibung für den Wartehallenvertrag in Warschau.

Einen etwaigen Markteintritt in andere geographische Märkte werden wir vorrangig im Wege der Akquisition etablierter Zielunternehmen vornehmen. Dabei legen wir den Fokus unserer Sondierungen auf Out-of-Home-Anbieter in Europa. Sich daraus ergebende Übernahmemöglichkeiten unterziehen wir dann im Einzelfall einer Prüfung. Bevorzugt betrachten wir in diesem Zusammenhang solche Unternehmen, die bereits eine kritische Größe aufweisen, bzw. mit denen wir mittelfristig im Zuge weiterer Konsolidierungen eine marktführende Stellung erreichen können. Mit dem im Berichtsjahr abgeschlossenen Börsengang haben wir uns den Zugang zu den Kapitalmärkten erschlossen. Für mögliche Akquisitionen sehen wir uns deswegen gut aufgestellt. Die uns zur Verfügung stehenden Liquiditätsreserven erlauben die Durchführung von einzelnen arrondierenden Transaktionen auch ohne direkte Kapitalmarktmaßnahmen.

### Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Die künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Ströer Gruppe hängt wesentlich von der Entwicklung der Werbeinvestitionen in Deutschland, Türkei und Polen sowie dem auf die Out-of-Home-Medien entfallenden Gesamtmarktanteil ab. Prognosen müssen daher die Abhängigkeit der Werbeinvestitionen von Konjunkturschwankungen und der Intensität der Konsumausgaben im Besonderen berücksichtigen. Das kurzfristige, überwiegend auf wenige Monate in die Zukunft gerichtete Buchungsverhalten der Werbekunden begrenzt zudem die Zuverlässigkeit etwaiger Prognosen. Diese branchentypischen Unsicherheiten limitieren uns in der Ableitung quantifizierter Prognosen zu Umsatz und Ergebnis.

#### Ströer Konzern

Die Umsatzentwicklung im Jahr 2011 wird deutlich von den Konsolidierungseffekten aus den im Berichtsjahr vorgenommenen Akquisitionen geprägt sein. Der technische Umsatzanstieg aus der erstmaligen ganzjährigen Konsolidierung dieser Gesellschaften beträgt auf Basis 2010 43,7 Millionen Euro. Vor dem Hintergrund der positiven Konjunkturaussichten in unseren Kernmärkten sowie der für uns vorteilhaften strukturellen Veränderungen der Mediennutzung erwarten wir in Deutschland für das Gesamtjahr 2011 einen Umsatzzuwachs oberhalb der Höhe des allgemeinen BIP-Wachstums. Wachstumsbeiträge aus unseren Produkteinführungen Out-of-Home-Channel sowie Premium Billboard sind dabei nicht berücksichtigt. Aus diesen beiden Produktinitiativen werden wir weitere positive Umsatzeffekte generieren, wobei der Großteil dieser erstmals erzielbaren Umsatzbeiträge aus der Vermarktung des digitalen Out-of-Home-Channel stammen wird.

In der Türkei rechnen wir mit einer Fortdauer des dynamischen Wirtschaftswachstums und einem daraus resultierenden signifikanten organischen Umsatzschub in 2011. Dieser dürfte erneut deutlich oberhalb des prozentualen BIP-Zuwachses des Landes liegen. Die Umsatzdynamik könnte im zweiten Halbjahr erheblich stärker akzentuiert sein, da die im Frühjahr anstehende parlamentarische Entscheidung über die Änderungen der TV-Gesetzgebung sowie die im Juni terminierten Präsidentschaftswahlen das Wachstumstempo im ersten Halbjahr möglicherweise bremsen.

Unsere erwartete organische Umsatzentwicklung in Polen sollte sich in 2011 ebenfalls in der Größenordnung der prozentualen Änderung des Bruttoinlandsprodukts bewegen.

Insgesamt rechnen wir für das Jahr 2011 im Konzern mit einem organischen Umsatzzuwachs im mittleren bis höheren einstelligen Prozentbereich. Für das Jahr 2012 gehen wir bei einem anhaltenden konjunkturellen Aufwärtstrend von einer Umsatzsteigerung in ähnlicher Größenordnung aus.

#### Operatives Ergebnis (Operational EBITDA)

Bedingt durch die vorgenannten Konsolidierungseffekte ist im Jahr 2011 von einer entsprechend höheren Kostenbasis auszugehen. Bei Ausblendung dieser Effekte erwarten wir einen umsatzgetriebenen, jedoch unterproportionalen Kostenanstieg der Pacht- und Bewirtschaftungskosten. Nach mehreren Jahren moderat verlaufender Fixkosten rechnen wir in 2011 mit einem deutlich oberhalb der Inflationsrate liegenden Anstieg. Neben Lohnsteigerungen und dem größeren Anteil höher qualifizierter Mitarbeiter werden hierzu die infolge der Börsennotierung gewachsenen Strukturkosten beitragen.

Das operative Ergebnis vor Zinsen und Abschreibungen (Operational EBITDA) schätzen wir im Vergleich zum Berichtsjahr merklich höher ein. Dies ist zum Teil ebenfalls auf die Konsolidierungseffekte zurückzuführen. Zur Abschätzung dieses Basiseffekts können die hälftigen Ergebnisbeiträge von Ströer Türkei im Zeitraum Januar bis August 2010 herangezogen werden (6,8 Millionen Euro), da die Gesellschaft in diesem Zeitraum nur quotal konsolidiert wurde. Auch das organische Wachstum wird zu einer Erhöhung des Operational EBITDA beitragen. Sollten sich in 2011 und im darauf folgenden Jahr die positiven Konjunktur- und Branchenaussichten wie erwartet einstellen, gehen wir für diesen Zeitraum von einer graduellen Verbesserung der Operational EBITDA-Marge im Konzern aus.





### Konzern-Jahresüberschuss

Die voraussichtliche Steigerung des operativen Ergebnisses wird auch das Konzernergebnis nach Steuern positiv beeinflussen. Der operative Ergebniszuwachs dürfte die zu erwartende Erhöhung der Abschreibung auf erworbene Vertragsrechte infolge der Akquisition von Geschäftsanteilen in der Türkei und Polen deutlich überkompensieren. Darüber hinaus ist mit gestiegenen Abschreibungen aus einer im Vergleich zum Berichtsjahr höheren Investitionstätigkeit zu rechnen. Allerdings ist infolge der im 2. Halbjahr 2010 optimierten Eigen- und Fremdkapitalstruktur von einer deutlichen Verbesserung des Zinsergebnisses in 2011 auszugehen.

Das Konzernergebnis nach Steuern war im Berichtsjahr stark von Einmaleffekten beeinflusst. Diese umfassten insbesondere die Erträge aus der nach IFRS 3 vorgenommenen Neubewertung unserer vor der Akquisition gehaltenen Altanteile an Ströer Kentvizyon, die Kosten des Börsengangs sowie nicht zahlungswirksame Aufwendungen aus im Finanzergebnis enthaltenen Bewertungsänderungen von Derivaten bzw. Währungskursveränderungen bei konzerninternen Darlehen. Die beiden zuerst aufgeführten Effekte werden sich in den Folgejahren nicht fortsetzen. Änderungen bei den übrigen Effekten sind im Wesentlichen abhängig von Verschiebungen der Zinsstrukturkurve und Abweichungen der Währungskurse des Polnischen Zloty sowie der Türkischen Lira zu den jeweiligen Referenzkursen zum 31. Dezember 2010. Da die letztgenannten Effekte sehr schwer zu prognostizieren sind, halten wir den Status Quo für die zurzeit beste Approximation und verzichten deshalb auf die Kommentierung daraus entstehender Ergebniseffekte in den weiteren Ausführungen des Prognoseberichts.

Insgesamt rechnen wir für 2011 und 2012 mit einer deutlichen Steigerung des um Sondereffekte bereinigten Periodenüberschusses (Net Adjusted Income). Der für 2011 erwartete Konzernjahresüberschuss (Reported Net Income) könnte hingegen wegen der Einmaligkeit der im Berichtsjahr angefallenen Sondererträge aus Neubewertungseffekten gegebenenfalls auch unterhalb des Vorjahreswerts liegen. Bezogen auf 2012 ist aufgrund des Wegfalls dieser Effekte von einer synchronen Entwicklung des bereinigten und berichteten Periodenüberschusses auszugehen.

### **Segment Deutschland**

Im deutschen Markt erwarten wir aufgrund der konjunkturell wie strukturell vorteilhaften Rahmenbedingungen für die kommenden Jahre weiteres Wachstum für die Out-of-Home-Medien. Die Umbrüche in der Medienlandschaft steigern nach unserer Beobachtung die Bereitschaft der Werbetreibenden, ihre Aufteilung der Mediabudgets auf unterschiedliche Mediengattungen (Media-Mix) zu überdenken. Wir gehen davon aus, dass wir mit unserer schlagkräftigen deutschen Vertriebsorganisation diese Chance für unsere Medien nutzen und eine Wachstumsrate des Umsatzes im mittleren einstelligen Bereich generieren können. Dazu werden auch die Einführungen innovativer Produkte wie Out-of-Home-Channel und die Initiative Premium Billboard beitragen. Trotz der erwarteten Steigerung im Fixkostenbereich, die durch Aufholungseffekte bzw. aus inflationären und strukturellen Anpassungen im Overheadbereich begründet ist, rechnen wir bis 2012 mit einer überproportionalen Steigerung des Operational EBITDA.

### **Segment Türkei**

Die 2011 ganzjährig zu konsolidierende türkische Gesellschaft Ströer Kentvizyon wird zu einem erheblichen Umsatzsprung im Segment Türkei führen. Im Berichtsjahr wurde die Gesellschaft nur vier Monate im Rahmen der Vollkonsolidierung und acht Monate im Rahmen der Quotenkonsolidierung berücksichtigt. Der sich im Jahresvergleich auf Basis 2010 abgeleitete technische Umsatzeffekt beläuft sich ceteris paribus auf 30,5 Millionen Euro.

Nach unserer Einschätzung befindet sich die Türkei auf einem längerfristigen Wachstumspfad, weshalb wir auch für die Folgejahre mit einem kontinuierlichen Wachstum der Ströer Kentvizyon rechnen, sofern sich die politischen oder weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht gegenteilig entwickeln.

Erfahrungswerte von Medienexperten in der Türkei besagen, dass sich das Wachstum des dortigen Werbemarktes weiterhin deutlich oberhalb der Wachstumsrate des Bruttoinlandsprodukts bewegen dürfte. Dieser Anstieg der Werbeausgaben würde sich dann auch in deutlich steigenden Umsätzen unserer türkischen Tochtergesellschaft in 2011 und 2012 zeigen.

Die Sicherstellung der im letzten Jahr erreichten Umsatzrendite wird 2011 im Fokus des Managements stehen. Dafür haben wir Ende des letzten Jahres unser türkisches Management-Team im Bereich Finanzen und Personal verstärkt. Wir gehen aufgrund der eingeleiteten Maßnahmen sowie der positiven makroökonomischen Aussichten davon aus, die EBITDA-Margen der türkischen Gruppe bis 2012 graduell ausweiten zu können.

### **Segment Sonstige**

Die Umsatzentwicklung im Segment Sonstige wird durch den Effekt der erstmalig ganzjährigen Konsolidierung der News Outdoor Poland geprägt sein. Die inzwischen in Ströer City Marketing umbenannte Gesellschaft wurde zum 1. November 2010 erstkonsolidiert. Zur Abschätzung des sich im Jahresvergleich ergebenden Basiseffekts im Umsatz kann auf die vor Erstkonsolidierung erzielten Umsätze der Gesellschaft im Zeitraum Januar bis Oktober 2010 zurückgegriffen werden (12,6 Millionen Euro).

Infolge der Akquisition konnten wir unsere Position insbesondere im wichtigen Segment der 18-qm-Billboards deutlich ausbauen und eine führende Stellung einnehmen. Wir wollen unsere gestärkte Marktposition dazu nutzen, das Produktangebot im Rahmen kürzerer Verkaufszyklen bei gleichzeitiger Ausdehnung der Netzgrößen stärker an den Bedürfnissen der national operierenden Kunden auszurichten. Gestützt von positiven makroökonomischen Vorgaben und unseren vorgenannten Vertriebsanstrengungen erwarten wir für unseren polnischen Geschäftsbereich ein organisches Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Gleichzeitig gehen wir von einem deutlichen Anstieg des Operational EBITDA aus, da wir von den bereits 2011 vollständig wirksam werdenden Kostensynergien aus der Übernahme profitieren werden. Aus der Kombination von positiven Effekten der vertrieblichen Neuausrichtung sowie den erzielbaren Kostensynergien leiten wir bis 2012 eine signifikante Verbesserung der EBITDA-Marge ab.

Zusätzlich erwarten wir positive Umsatz- und Ergebnisbeiträge durch die blowUP-Gruppe. Die Aktivitäten von blowUP fokussieren sich weiterhin auf die bestehenden Regionen in Deutschland, Großbritannien, Spanien und Benelux. Sollten sich darüber hinaus Möglichkeiten einer Arrondierung des Länderportfolios durch M&A-Maßnahmen ergeben, werden wir etwaige Gelegenheiten intensiv prüfen und gemeinsam mit unseren Mitgesellchaftern einer Bewertung unterziehen. Insgesamt gehen wir von einer moderaten Verstärkung der volkswirtschaftlichen Lage in unserem blowUP-Länderportfolio – mit Ausnahme Spaniens – aus. Eine Wiederholung der außerordentlich hohen organischen Wachstumsraten des Berichtsjahres sehen wir in 2011 und 2012 allerdings nicht. Stattdessen rechnen wir mit einer Normalisierung des Umsatzwachstums bei gleichzeitig gradueller Ausweitung der erzielbaren EBITDA-Margen.

### Erwartete Finanzlage

Im Zuge des IPO konnte die Ströer Out-of-Home Media AG auch die syndizierten Kreditlinien neu strukturieren und dabei die Endfälligkeit auf Juni 2014 fixieren. Der Vorteil aus der Refinanzierung wird sich erstmals in 2011 vollständig im Zinsergebnis niederschlagen. Weitere Verbesserungen der Zinsbelastung gehen in den nächsten drei Jahren mit dem Auslaufen verschiedener Festzinsderivate einher, die seinerzeit, vor dem Ausbruch der Finanzkrise, auf vergleichsweise höheren Zinsniveaus abgeschlossen worden waren.

Der Verschuldungskoeffizient (Leverage Ratio) des Konzerns, gemessen als Verhältniszahl aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA, lag – unter der Annahme einer ganzjährigen Berücksichtigung der in 2010 durchgeführten Transaktionen in der Türkei, Polen und Deutschland – per 31. Dezember 2010 bei 2,4. Infolge sich weiter verbessernder Free Cash-Flows erwarten wir, unter Außerachtlassung etwaiger M&A-Maßnahmen, über die nächsten Jahre anhaltend rückläufige Leverage Ratios. Sollte es infolge potenzieller M&A-Transaktionen zu einem erhöhten Finanzierungsbedarf kommen, wäre das Leverage Ratio vor dem Hintergrund der dann bestehenden Konstellationen an den Kapitalmärkten neu zu bewerten.

Der operative Cash-Flow sowie die Liquiditätsausstattung geben uns unseres Erachtens genügend finanziellen Spielraum, um geplante und sich bietende Investitionschancen im Rahmen des organischen Wachstums in 2011 und 2012 zu nutzen.

### Geplante Investitionen

Ströer wird auch in Zukunft hohe Investitionen in ihr Medienportfolio tätigen, um den Kunden attraktive Produkte zur Erreichung ihrer Kommunikationsziele im öffentlichen Raum zu bieten. Diese Investitionen betreffen in erster Linie den Aufbau neuer und den Erhalt bestehender Werbeträger. Hierfür sowie zur Verlängerung von öffentlichen Werberechtskonzessionen rechnen wir mit jährlichen Investitionen in Höhe von rund 4 bis 5 Prozent des Umsatzes. Darüber hinaus werden wir in unsere Wachstumsprojekte in Deutschland, sukzessive in Kapazitätserhöhungen in der Türkei sowie perspektivische Portfoliooptimierungen in Polen investieren. Über den Werbeträgerbedarf hinaus werden in den nächsten Jahren Investitionsausgaben im einstelligen Millionenbereich für den Erhalt und den Ausbau der IT-Systemlandschaft notwendig. Für die Jahre 2011 und 2012 erwarten wir, dass die organischen Gesamtinvestitionen der Gruppe sich in einer Größenordnung von jeweils 50 bis 60 Millionen Euro bewegen werden.

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

In TEUR	Anhang	2010	2009
<b>Fortzuführende Geschäftsbereiche</b>			
Umsatzerlöse	(9)	531.313	469.799
Umsatzkosten	(10)	-332.541	-300.725
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>		<b>198.772</b>	<b>169.074</b>
Vertriebskosten	(11)	-70.705	-67.310
Verwaltungskosten	(12)	-87.981	-64.604
Sonstige betriebliche Erträge	(13)	76.781	13.678
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(14)	-8.305	-11.860
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen		0	-43
Finanzerträge	(15)	12.191	2.306
Finanzaufwendungen	(15)	-65.029	-49.585
<b>Ergebnis vor Steuern</b>		<b>55.724</b>	<b>-8.344</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(16)	36	9.571
<b>Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen</b>		<b>55.760</b>	<b>1.227</b>
<b>Aufgegebener Geschäftsbereich</b>			
Ergebnis nach Steuern aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich		0	-77
<b>Überschuss</b>		<b>55.760</b>	<b>1.150</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		53.908	-390
Nicht beherrschende Gesellschafter		1.852	1.540
		<b>55.760</b>	<b>1.150</b>
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)</b>			
aus fortgeführten Geschäftsbereichen		1,68	-0,01
aus aufgegebenen Geschäftsbereichen		0,00	0,00
<b>Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)</b>			
aus fortgeführten Geschäftsbereichen		1,56	-0,01
aus aufgegebenen Geschäftsbereichen		0,00	0,00



## Konzern-Gesamtergebnisrechnung

In TEUR	Anhang	2010	2009
<b>Überschuss</b>		<b>55.760</b>	<b>1.150</b>
<b>Sonstiges Ergebnis</b>			
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	(8)	-7.171	622
Absicherung von Zahlungsströmen	(35)	6.637	-10.268
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	(28)	-1.465	-235
Ertragsteuern auf das sonstige Ergebnis	(16)	-1.506	3.398
<b>Sonstiges Ergebnis nach Ertragsteuern</b>		<b>-3.505</b>	<b>-6.483</b>
<b>Gesamtergebnis nach Ertragsteuern</b>		<b>52.255</b>	<b>-5.333</b>
<b>Davon entfallen auf:</b>			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		51.129	-6.867
Nicht beherrschende Gesellschafter		1.126	1.534
		<b>52.255</b>	<b>-5.333</b>

## Konzernbilanz

Aktiva (in TEUR)	Anhang	31.12.2010	31.12.2009	1.1.2009
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>				
Immaterielle Vermögenswerte	(19)	529.726	393.270	407.630
Sachanlagen	(20)	212.990	180.854	184.044
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(21)	1.510	1.530	1.806
Finanzanlagen	(22)	96	121	143
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(23)	934	1.342	0
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(24)	2.162	2.559	235
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	(24)	6.029	3.515	3.102
Ertragsteueransprüche		845	939	0
Latente Steueransprüche	(16)	8.511	30.601	15.245
		<b>762.803</b>	<b>614.731</b>	<b>612.206</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>				
Vorräte	(25)	5.075	4.085	4.500
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(23)	73.414	39.778	44.856
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(24)	8.016	8.456	9.597
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	(24)	25.721	19.962	32.270
Laufende Ertragsteueransprüche		4.232	4.293	6.541
Zahlungsmittel	(26)	106.120	57.257	42.499
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte		0	0	661
		<b>222.578</b>	<b>133.831</b>	<b>140.924</b>
		<b>985.381</b>	<b>748.562</b>	<b>753.131</b>

<b>Passiva (in TEUR)</b>	<b>Anhang</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2009</b>	<b>1.1.2009</b>
<b>Eigenkapital</b>	(27)			
Gezeichnetes Kapital		42.098	512	512
Kapitalrücklage		296.490	34.509	34.509
Gewinnrücklagen		-44.521	-81.543	-83.160
Kumuliertes übriges Konzernergebnis		-18.887	-17.091	-10.818
		<b>275.180</b>	<b>-63.613</b>	<b>-58.957</b>
Nicht beherrschende Gesellschafter		21.400	15.528	16.254
		<b>296.580</b>	<b>-48.085</b>	<b>-42.703</b>
<b>Langfristige Verbindlichkeiten</b>				
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	(28)	21.317	20.069	19.722
Sonstige Rückstellungen	(29)	15.510	11.820	6.373
Finanzverbindlichkeiten	(30)	426.562	555.886	500.650
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(31)	0	0	67
Latente Steuerverbindlichkeiten	(16)	61.649	75.575	78.930
		<b>525.038</b>	<b>663.350</b>	<b>605.741</b>
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>				
Sonstige Rückstellungen	(29)	17.457	23.628	19.220
Finanzverbindlichkeiten	(30)	39.170	26.507	77.285
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(31)	67.615	50.937	58.344
Sonstige Verbindlichkeiten	(32)	31.129	25.724	22.421
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten		8.392	6.501	12.161
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten		0	0	661
		<b>163.763</b>	<b>133.297</b>	<b>190.092</b>
		<b>985.381</b>	<b>748.562</b>	<b>753.131</b>

## Konzern-Kapitalflussrechnung

In TEUR	2010	2009
<b>Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>		
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen	108.561	38.935
Periodenergebnis vor Zinsen und Steuern aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0	-78
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	53.939	54.339
Gezahlte (-) Zinsen	-44.099	-49.532
Erhaltene (+) Zinsen	932	1.440
Gezahlte (-)/erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-11.604	-13.851
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-7.450	2.084
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-61.785	1.301
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen	845	863
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva	-3.202	5.088
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva	-5.863	-4.456
<b>Cash-Flow aus operativer Tätigkeit</b>	<b>30.273</b>	<b>36.133</b>
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Sachanlagen	3.140	3.261
Auszahlungen (-) für Investitionen in Sachanlagen	-25.010	-19.622
Auszahlungen (-) für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-3.478	-2.814
Auszahlungen (-) für Investitionen in Finanzanlagen	-135	-48
Einzahlungen (+)/Auszahlungen (-) aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen	300	-609
Einzahlungen (+)/Auszahlungen (-) aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	-73.329	332
<b>Cash-Flow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-98.512</b>	<b>-19.499</b>



In TEUR	2010	2009
<b>Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit</b>		
Einzahlungen (+) aus Eigenkapitalzuführungen	285.466	0
Auszahlungen (-) an Gesellschafter	-2.263	-1.832
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von Finanzkrediten	0	627
Auszahlungen (-) für Modifikation von bestehenden Finanzkrediten	-7.623	0
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Finanzkrediten	-158.478	-672
Cash-Flow aus der Finanzierungstätigkeit	117.102	-1.877
<b>Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	48.864	14.758
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	57.257	42.499
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	106.120	57.257
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>		
Zahlungsmittel	106.120	57.257
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	106.120	57.257

## Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen
	Stammaktien	Vorzugsaktien		
<b>In TEUR</b>				
<b>1.1.2009</b>	<b>474</b>	<b>38</b>	<b>34.509</b>	<b>-77.085</b>
Korrektur der Vorjahreswerte aus Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	-6.075
<b>1.1.2009</b>	<b>474</b>	<b>38</b>	<b>34.509</b>	<b>-83.160</b>
Überschuss/Fehlbetrag	0	0	0	-390
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	-203
Gesamtergebnis	0	0	0	-593
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	2.213
Sonstige Veränderungen/ Änderungen Anteilsbesitz	0	0	0	0
Dividenden	0	0	0	-3
<b>31.12.2009 / 1.1.2010</b>	<b>474</b>	<b>38</b>	<b>34.509</b>	<b>-81.543</b>
Überschuss	0	0	0	53.908
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	-984
Gesamtergebnis	0	0	0	52.924
Änderungen Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	21.312	1.728	-8.997	-14.043
Ausgabe von Anteilen	20.312	-1.766	273.415	-4.066
Direkt zurechenbare Kosten des Börsengangs (nach Steuern)	0	0	-2.437	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	0	0	0	2.210
Dividenden	0	0	0	-3
<b>31.12.2010</b>	<b>42.098</b>	<b>0</b>	<b>296.490</b>	<b>-44.521</b>

<b>Kumuliertes übriges Konzernergebnis</b>		<b>Summe</b>	<b>Nicht beherrschende Gesellschafter</b>	<b>Summe Eigenkapital</b>
<b>Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten</b>	<b>Absicherung von Zahlungs- strömen</b>			
-5.358	-5.459	-52.882	17.125	-35.757
0	0	-6.075	-872	-6.947
-5.358	-5.459	-58.957	16.254	-42.703
0	0	-390	1.540	1.150
691	-6.965	-6.477	-6	-6.483
691	-6.965	-6.867	1.534	-5.333
0	0	0	-829	-829
0	0	2.213	18	2.231
0	0	0	384	384
0	0	-3	-1.832	-1.835
-4.667	-12.424	-63.613	15.528	-48.085
0	0	53.908	1.852	55.760
-6.482	4.686	-2.780	-726	-3.506
-6.482	4.686	51.129	1.126	52.255
0	0	0	21.609	21.609
0	0	0	0	0
0	0	287.895	0	287.895
0	0	-2.437	0	-2.437
0	0	2.210	-14.603	-12.393
0	0	-3	-2.260	-2.263
<b>-11.149</b>	<b>-7.738</b>	<b>275.180</b>	<b>21.400</b>	<b>296.580</b>

## Berichterstattung nach operativen Segmenten

### 2010

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	409.895	68.595	52.823	0	531.313
Innenumsatzerlöse	22	0	84	-106	0
Segmentumsätze	409.917	68.595	52.907	-106	531.313
Operational EBITDA	109.482	21.893	4.143	-8.254	127.264
Abschreibungen	34.890	12.224	4.568	2.257	53.939
Zinserträge	1.372	404	36	-534	1.278
Zinsaufwendungen	38.756	8.794	1.251	636	49.437
Ertragsteuern	30.345	-1.588	1.284	-30.005	36

### 2009

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Überleitung	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	393.303	33.495	43.001	0	469.799
Innenumsatzerlöse	0	0	136	-136	0
Segmentumsätze	393.303	33.495	43.137	-136	469.799
Operational EBITDA	95.250	8.629	3.304	-7.155	100.028
Abschreibungen	42.090	3.303	3.753	1.192	50.338
Zinserträge	1.413	699	28	-233	1.907
Zinsaufwendungen	38.655	5.012	534	4.723	48.924
Ertragsteuern	-4.171	-1.043	172	14.613	9.571



## Berichterstattung nach Produktgruppen

2010

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	274.737	134.643	73.815	48.118	<b>531.313</b>

2009

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	238.496	118.133	69.395	43.775	<b>469.799</b>

## Berichterstattung nach geographischen Gebieten

2010

In TEUR	Deutschland	Türkei	Übriges Ausland	Konzern
Außenumsatzerlöse	417.860	68.595	44.858	<b>531.313</b>
Langfristige Vermögenswerte	506.445	180.984	63.672	<b>751.101</b>

2009

In TEUR	Deutschland	Türkei	Übriges Ausland	Konzern
Außenumsatzerlöse	401.477	33.495	34.827	<b>469.799</b>
Langfristige Vermögenswerte	519.748	24.272	37.431	<b>581.451</b>

# Erläuterungen zum Konzernabschluss

## Grundlagen des Konzernabschlusses

### 1 Allgemeine Informationen

Die Ströer Out-of-Home Media AG (Ströer AG) ist eine eingetragene Aktiengesellschaft deutschen Rechts. Sitz der Gesellschaft ist die Ströer Allee 1, 50999 Köln. Die Gesellschaft ist im Handelsregister Köln in der Abteilung B unter der Nummer 41548 eingetragen.

Unternehmensgegenstand der Ströer AG und der im Konzernabschluss zusammengefassten Unternehmen (Ströer Konzern oder Konzern) ist die Vermarktung von Out-of-Home-Medien. Mit rund 280.000 Werbeflächen und über 150 verschiedenen Werbeträgerarten ist der Konzern auf die Erreichbarkeit von mobilen Zielgruppen spezialisiert. Zum Einsatz kommen hierbei vom klassischen Billboard über Transportmedien bis hin zu digitalen Medien sämtliche Out-of-Home-Werbeformen.

Der Konzernabschluss der Ströer AG wurde für das Geschäftsjahr 2010 in Übereinstimmung mit den zum Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) erstellt, wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, wobei die ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften berücksichtigt wurden.

Der vorliegende Konzernabschluss umfasst den Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis 31. Dezember 2010. Der Vorstand der Ströer AG hat den Konzernabschluss am 25. März 2011 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben. Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgt auf Basis der historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten, mit Ausnahme der derivativen Finanzinstrumente, die mit ihrem beizulegenden Zeitwert ausgewiesen werden.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt.

Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt. Soweit nicht anders vermerkt, werden alle Beträge in Tausend Euro (TEUR) angegeben. Aus rechentechnischen Gründen können sich in Tabellen Rundungsdifferenzen zu den mathematisch exakten Werten ergeben.

Die in diesem Konzernanhang vorgenommenen Verweise auf Seitenzahlen beziehen sich auf die Nummerierung im Geschäftsbericht.

### 2 Annahmen, Ermessensausübungen und Schätzungen

Die Erstellung des Konzernabschlusses in Übereinstimmung mit den IFRS macht es erforderlich, Annahmen und Schätzungen zu treffen, welche die Beträge, die im Konzernabschluss und im dazugehörigen Anhang ausgewiesen werden, beeinflussen. Die Schätzungen basieren auf Erfahrungen der Vergangenheit und anderen Kenntnissen der zu bilanzierenden Geschäftsvorfälle. Die tatsächlichen Ergebnisse können von solchen Schätzungen abweichen. Die den Schätzungen zugrunde liegenden Annahmen werden regelmäßig überprüft.

Die Annahmen, Ermessensausübungen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf folgende Sachverhalte. Zur Angabe der Buchwerte sowie weiterer Erläuterungen verweisen wir auf die entsprechenden Einzelangaben in diesem Anhang.

### **Wertminderung des Goodwill**

Der jährliche Test auf Wertminderung des Goodwill erfordert eine Schätzung des erzielbaren Betrags. Die Beurteilung des erzielbaren Betrags bedarf der Schätzung zukünftiger Cash-Flows und der Wahl eines angemessenen Kapitalisierungszinssatzes.

### **Beizulegende Zeitwerte bei Unternehmenserwerben**

Zur Bewertung von im Rahmen von Unternehmenserwerben erworbener Vermögenswerte und Schulden bedarf es einer Einschätzung der beizulegenden Zeitwerte. Die beizulegenden Zeitwerte werden unter Zuhilfenahme von Abschätzungen der zukünftigen Cash-Flows und eines angemessenen Kapitalisierungszinssatzes bzw. von Zeitwertabschätzungen zum Erwerbszeitpunkt ermittelt. Ebenso werden die beizulegenden Zeitwerte von bereits gehaltenen Anteilen bei sukzessiven Unternehmenserwerben auf Basis eines Discounted-Cash-Flow-Verfahrens ermittelt.

### **Pensions- und Abbauverpflichtungen**

Die Bilanzierung von Pensions- und Abbauverpflichtungen erfordert neben der Schätzung eines angemessenen Kapitalisierungszinssatzes auch das Treffen von Annahmen hinsichtlich weiterer versicherungsmathematischer Parameter bzw. der Wahrscheinlichkeiten und Zeitpunkte der Inanspruchnahmen.

### **Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge**

Der Konzern setzt auf Verlustvorträge aktive latente Steuern an. Der Ansatz basiert auf Planungen über die zukünftige Ertragsteuerbelastung und der Möglichkeit, die Verlustvorträge innerhalb der nächsten fünf Jahre in Anspruch zu nehmen.

## **3 Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden**

### **Ertrags- und Aufwandsrealisierung**

Die Umsatzerlöse entstehen im Wesentlichen aus der Vermarktung von Werbeflächen in den Bereichen Billboard, Street Furniture und Transport.

Die Realisierung der Umsatzerlöse aus der Vermarktung von Werbeträgern erfolgt zum Zeitpunkt der Leistungserbringung, der dem Zeitpunkt des Aushangs der jeweiligen Werbung entspricht. Der Ausweis erfolgt nach Abzug der Erlösschmälerungen. Diese beinhalten Agenturprovisionen, Spezialmittlervergütungen, Rabatte und Skonti.

Die Realisierung der Umsatzerlöse aus Serviceleistungen erfolgt zum Zeitpunkt der Erbringung der Leistung, die dem Zeitpunkt des Eigentumsübergangs der selbst produzierten bzw. beschafften Werbematerialien entspricht.

Die Realisierung der Lizenzerlöse findet auf Basis der in der Lizenzvereinbarung vereinbarten Zeiträume pro rata temporis statt.

Bei Umsätzen aus Multi-Komponentengeschäften werden die auf die einzelnen Komponenten entfallenden Umsätze nach Maßgabe der relativen Fair Values aufgeteilt und gemäß den oben dargestellten Grundsätzen realisiert.

Neben eigenen Werbeträgern werden auch Werbeträger Dritter vermarktet. Die Umsatzerlöse aus der Vermarktung von Werbeträgern konzernfremder Gesellschaften werden unter Abzug der auf diese Geschäfte entfallenden Umsatzpachten angesetzt, sofern der Konzern kein wirtschaftliches Risiko aus der Vermarktung trägt, sodass per Saldo nur die vereinbarte Vertriebsprovision in den Umsatzerlösen enthalten ist.

Umsatzerlöse aus Gegengeschäften werden zum Marktwert der erhaltenen Gegenleistung bewertet und eventuell um eine zusätzliche Barzahlung angepasst. Ist der Marktwert der Gegenleistung nicht zuverlässig bestimmbar, werden Gegengeschäfte zum Marktwert der erbrachten Werbeleistung bewertet und eventuell um eine zusätzliche Barzahlung angepasst.

In den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltene Erträge aus Serviceleistungen werden zum Zeitpunkt der Leistungserbringung angesetzt.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam.

Zinsen werden periodengerecht unter Anwendung der Effektivzinsmethode im Finanzergebnis erfasst.

Dividenden werden mit Entstehung des Rechtsanspruchs vereinnahmt.

### **Goodwill und sonstige immaterielle Vermögenswerte**

Gemäß IFRS 3 stellt Goodwill den positiven Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten und den anteiligen beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt dar. Es erfolgt keine planmäßige Abschreibung.

Alle entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögenswerte, im Wesentlichen Werberechtskonzessionen und Software, haben eine bestimmbare Nutzungsdauer und werden mit ihren Anschaffungskosten aktiviert. Die planmäßige Abschreibung von immateriellen Vermögenswerten erfolgt linear über die jeweilige Nutzungsdauer. Die Abschreibungen des Geschäftsjahres werden den entsprechenden Funktionsbereichen zugeordnet. Die der Abschreibung zugrunde liegenden konzerneinheitlichen Nutzungsdauern stellen sich wie folgt dar:

<b>Nutzungsdauer</b>	<b>In Jahren</b>
Kommunale Werberechtskonzessionen	1–17
Andere Werberechtskonzessionen	15–30
Übrige immaterielle Vermögenswerte	3–10
Goodwill	unbestimmt

Sowohl die Angemessenheit der Nutzungsdauern als auch die der Abschreibungsmethode werden jährlich überprüft.

Kosten für die Entwicklung neuer oder deutlich verbesserter Produkte und Prozesse werden aktiviert, sofern die Entwicklungskosten verlässlich ermittelt werden können, das Produkt oder der Prozess technisch und wirtschaftlich realisierbar sowie ein zukünftiger wirtschaftlicher Nutzen wahrscheinlich ist. Darüber hinaus muss der Ströer Konzern die Absicht haben und über ausreichende Ressourcen verfügen, die Entwicklung abzuschließen und den Vermögenswert zu nutzen oder zu verkaufen.

Entwicklungskosten im Konzern können im Bereich der Entwicklung von Werbeträgern und im Bereich der Softwareentwicklung anfallen.

Die aktivierten Kosten umfassen im Wesentlichen Personalkosten sowie direkt zurechenbare Gemeinkosten. Sämtliche aktivierte Entwicklungskosten weisen eine bestimmbare Nutzungsdauer auf und werden zu Herstellungskosten bilanziert. Die Abschreibung erfolgt linear analog zu den Nutzungsdauern der übrigen immateriellen Vermögenswerte. Entwicklungskosten, die die Ansatzkriterien nicht erfüllen, sowie Forschungskosten werden in der Periode aufwandswirksam erfasst, in der sie anfallen.

### **Sachanlagen**

Die Bilanzierung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- und Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte planmäßige sowie gegebenenfalls erforderliche außerplanmäßige Abschreibungen.



Die Anschaffungskosten umfassen den Anschaffungspreis, Anschaffungsnebenkosten sowie nachträgliche Anschaffungskosten abzüglich erhaltener Anschaffungspreisminderungen. Da keine qualifizierten Vermögenswerte im Sinne des IAS 23 identifiziert worden sind, sind in den Anschaffungskosten keine Fremdkapitalkosten enthalten.

Einzel abgrenzbare Komponenten einer Sachanlage werden separat aktiviert und abgeschrieben.

Die planmäßige Abschreibung erfolgt entsprechend des Nutzungsverlaufs linear. Die Abschreibungsaufwendungen werden den entsprechenden Funktionsbereichen zugeordnet. Zuschreibungen werden vorgenommen, wenn der Grund für die außerplanmäßige Abschreibung entfällt. Die Restbuchwerte, die Annahmen in Bezug auf die Restnutzungsdauern und die Angemessenheit der Abschreibungsmethode werden jährlich überprüft.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

Nutzungsdauer	In Jahren
Gebäude	50
Technische Anlagen und Maschinen	5–13
Werbeträger	4–35
Übrige Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–15

Die geschätzten Kosten für den Abbau von Werbeträgern nach Beendigung einer Werberechtskonzession werden als Anschaffungskosten unter Nutzung des Komponentenansatzes aktiviert. Der Betrag bemisst sich an der gemäß IAS 37 „Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen“ gebildeten Rückstellung für die bestehende Abbauverpflichtung.

Sofern für die Anschaffung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens Zuwendungen der öffentlichen Hand nach dem Investitionszulagengesetz gezahlt werden, werden diese Zuwendungen vom Buchwert des entsprechenden Vermögenswerts abgesetzt.

#### Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien sind Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zwecke der Wertsteigerung gehalten werden. Der Ansatz erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten. Der beizulegende Zeitwert dieser Immobilien wird gesondert ermittelt und im Anhang angegeben (vergleiche hierzu Abschnitt 21). Die planmäßige Abschreibungsdauer beträgt 50 Jahre. Die Abschreibung erfolgt linear.

Sofern sich die Art der Nutzung einer als Finanzinvestition gehaltenen Immobilie ändert, wird diese in das Sachanlagevermögen übertragen.

#### Überprüfung der Werthaltigkeit

Die immateriellen Vermögenswerte, Sachanlagen sowie als Finanzinvestitionen gehaltenen Immobilien des Ströer Konzerns werden bei Vorliegen von konkreten Anhaltspunkten auf Wertminderungen überprüft. Goodwill sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden mindestens einmal jährlich auf eine mögliche Wertminderung geprüft. Falls Ereignisse oder veränderte Umstände auf eine mögliche Wertminderung hindeuten, wird diese Prüfung auch häufiger durchgeführt.

Falls der erzielbare Betrag der Vermögenswerte niedriger als der Buchwert ist, wird auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert.

Die Ermittlung erfolgt grundsätzlich für jeden Vermögenswert einzeln, sofern ein Vermögenswert jedoch keine weitgehend unabhängigen Mittelzuflüsse erzeugt, wird der erzielbare Betrag pro zahlungsmittelgenerierender Einheit (ZGE) berechnet.

Entfallen die Gründe einer in Vorjahren erfassten Wertminderung, erfolgt mit Ausnahme des Goodwill, eine entsprechende Zuschreibung, die maximal bis zu den fortgeführten Anschaffungskosten vorgenommen wird.

### **Leasing**

Bei Leasinggeschäften wird zwischen operativen Leasinggeschäften und Finanzierungsleasinggeschäften unterschieden. Vertragliche Regelungen, die dem Leasingnehmer alle wesentlichen mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken übertragen, werden als Finanzierungsleasing klassifiziert. Ist der Ströer Konzern Leasinggeber, wird in Höhe des Nettoinvestitionswerts aus dem Leasingverhältnis eine Forderung aus Finanzierungsleasing bilanziert.

Im Rahmen von Finanzierungsleasingverhältnissen, bei denen der Ströer Konzern als Leasingnehmer auftritt, erfolgt eine Bilanzierung des Leasingobjekts bei gleichzeitiger Passivierung der Leasingverbindlichkeit. Die Bilanzierung erfolgt zum beizulegenden Zeitwert des Leasinggegenstands zu Beginn des Leasingverhältnisses oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser niedriger ist. Die Abschreibung dieser Vermögenswerte erfolgt linear über die Nutzungsdauer oder über die kürzere Laufzeit des Leasingvertrags, wenn der Erwerb des Leasingobjekts am Ende der Leasingzeit nicht wahrscheinlich ist. Die korrespondierenden Leasingverbindlichkeiten werden gemäß ihrer Fristigkeit in der Bilanz geführt. Der Zinsanteil der Leasingverbindlichkeiten wird über die Laufzeit des Leasingverhältnisses erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst.

Mietzahlungen aus Operating-Leasingverhältnissen werden linear über die Laufzeit des entsprechenden Leasingverhältnisses erfolgswirksam erfasst.

### **Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten**

Finanzielle Vermögenswerte werden gemäß IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ als „finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet werden“, als „Kredite und Forderungen“ oder als „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ klassifiziert und entsprechend bewertet. Mit Ausnahme von derivativen Finanzinstrumenten werden sämtliche finanziellen Verbindlichkeiten als „finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden“, klassifiziert. Der Ansatz eines finanziellen Vermögenswerts/einer finanziellen Verbindlichkeit erfolgt, wenn das Unternehmen Vertragspartner des jeweiligen Vertrags wird (Erfüllungstag). Im Falle von finanziellen Vermögenswerten, die nicht erfolgswirksam mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet werden, werden Transaktionskosten zu den Anschaffungskosten gezählt, soweit sie direkt zurechenbar sind.

Der Kategorie „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ sind die sonstige Beteiligungen umfassenden Finanzanlagen zugeordnet. Bei den sonstigen Beteiligungen handelt es sich ausschließlich um Anteile an GmbHs bzw. vergleichbaren ausländischen Rechtsformen. Diese werden zu Anschaffungskosten angesetzt, weil die beizulegenden Zeitwerte nicht verlässlich ermittelt werden können.

Die Kategorie „Kredite und Forderungen“ umfasst Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die unter den sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgewiesenen finanziellen Forderungen. Sie werden beim erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert, der zum Anschaffungszeitpunkt den Anschaffungskosten entspricht, angesetzt. Die Bewertung zu den folgenden Bilanzstichtagen erfolgt mit den fortgeführten Anschaffungskosten. Unverzinsliche oder gering verzinsliche langfristige Forderungen werden mit dem Barwert der erwarteten zukünftigen Cash-Flows angesetzt, wenn der Zinseffekt wesentlich ist. Die Fortschreibung erfolgt in diesen Fällen unter Anwendung der Effektivzinsmethode. Als langfristig werden Vermögenswerte eingeordnet, die am Bilanzstichtag eine verbleibende Laufzeit von mehr als zwölf Monaten haben.

In den Kategorien „finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden“ sowie „finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden“ sind derivative Finanzinstrumente, die nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen, enthalten. Diese werden mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet, wobei Wertänderungen erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden.

Unter den „finanziellen Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden“ sind die Finanzverbindlichkeiten sowie die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen enthalten. Die Bewertung erfolgt beim erstmaligen Ansatz zum beizulegenden Zeitwert und in der Folge zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode. Der beizulegende Zeitwert wird durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Cash-Flows unter Verwendung von herrschenden Marktzinssätzen berechnet. Kurzfristige Verbindlichkeiten werden mit ihrem Rückzahlungs- oder Erfüllungsbetrag angesetzt. Transaktionskosten werden von den Anschaffungskosten abgezogen, soweit sie direkt zurechenbar sind. Unverzinsliche oder gering verzinsliche langfristige Finanzverbindlichkeiten werden auf Basis marktüblicher Zinssätze mit dem Barwert der erwarteten zukünftigen Cash-Flows angesetzt, wenn der Zinseffekt wesentlich ist. Als langfristig werden Verbindlichkeiten eingeordnet, die am Bilanzstichtag eine verbleibende Laufzeit von mehr als zwölf Monaten ausweisen.

Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Derivaten, die in einer Sicherungsbeziehung in Form eines Cash-Flow Hedges stehen, werden gemäß den Regelungen des IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ erfolgsneutral direkt im Eigenkapital erfasst, sofern die Sicherungsbeziehung effektiv ist. Die im Eigenkapital erfassten Beträge werden in der Periode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in der die abgesicherte Transaktion das Periodenergebnis beeinflusst, zum Beispiel in der abgesicherte Finanzerträge oder -aufwendungen erfasst werden. Wird mit dem Eintritt der vorhergesehenen Transaktion nicht länger gerechnet, werden die zuvor im Eigenkapital erfassten Beträge im Periodenergebnis erfasst. Der beizulegende Zeitwert der derivativen Finanzinstrumente wird durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Cash-Flows unter Verwendung von herrschenden Marktzinssätzen berechnet.

Liegen bei finanziellen Vermögenswerten, die zu Anschaffungskosten bewertet wurden, Anzeichen für eine Wertminderung vor, wird eine Wertberichtigung auf den niedrigeren voraussichtlich realisierbaren Betrag vorgenommen. Die Beurteilung, ob Anzeichen für Wertminderungen vorliegen, erfolgt auf Basis einer Analyse von Informationen über die Kreditwürdigkeit der Gegenpartei. Uneinbringliche Forderungen werden ausgebucht. Bei Wegfall der Gründe für die erfassten Wertberichtigungen werden entsprechende Zuschreibungen vorgenommen.

Ist ein zur Veräußerung verfügbarer finanzieller Vermögenswert in seinem Wert gemindert, wird ein im Eigenkapital erfasster Betrag in Höhe der Differenz zwischen den Anschaffungskosten (abzüglich etwaiger Tilgungen und Amortisationen) und dem aktuellen beizulegenden Zeitwert, abzüglich etwaiger bereits früher ergebniswirksam erfasster Wertberichtigungen dieses finanziellen Vermögenswerts, in die Gewinn- und Verlustrechnung umgebucht. Wertaufholungen bei Eigenkapitalinstrumenten, die als zur Veräußerung verfügbar eingestuft sind, werden nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Die Ausbuchung eines finanziellen Vermögenswerts erfolgt, wenn die vertraglichen Rechte auf Cash-Flows aus dem jeweiligen finanziellen Vermögenswert ausgelaufen sind, das heißt, wenn der Vermögenswert realisiert wurde oder verfallen ist oder er nicht mehr in der Verfügungsmacht des Unternehmens steht. Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist.

### **Vorräte**

Die Vorräte werden zu Anschaffungskosten bewertet. Die Anschaffungskosten werden nach der Methode des gewogenen Durchschnitts ermittelt. Ist am Bilanzstichtag der realisierbare Veräußerungspreis abzüglich noch anfallender Kosten (Nettoveräußerungspreis) niedriger, so wird auf diesen Wert abgewertet.

### **Latente Steuern**

Die Berechnung der latenten Steuern erfolgt nach IAS 12 „Ertragsteuern“. Sie werden auf temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Vermögenswerte und Schulden in der IFRS-Bilanz und den steuerlichen Wertansätzen sowie aus temporären Differenzen aus Konsolidierungsvorgängen und auf wahrscheinlich realisierbare Verlustvorträge gebildet. Latente Steuern auf Sachverhalte, die gemäß der relevanten Standards direkt im Eigenkapital zu erfassen sind, werden ebenfalls direkt im Eigenkapital erfasst. Die daraus zum Stichtag resultierenden kumulierten Beträge der direkt im Eigenkapital erfassten latenten Steuern sind der Konzern-Gesamtergebnisrechnung zu entnehmen.

Aktive latente Steuern auf abzugsfähige temporäre Differenzen und steuerliche Verlustvorträge werden in der Höhe aktiviert, in der es wahrscheinlich ist, dass ein hierfür zu versteuerndes Ergebnis zukünftig verfügbar sein wird und es damit hinreichend sicher erscheint, dass die abzugsfähigen temporären Differenzen und Verlustvorträge tatsächlich genutzt werden können.

Der Buchwert der aktiven latenten Steuern wird an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang reduziert, in dem es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das der latente Steueranspruch verwendet werden kann. Nicht angesetzte latente Steueransprüche werden an jedem Bilanzstichtag überprüft und in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich geworden ist, dass ein künftiges zu versteuerndes Ergebnis die Realisierung des Anspruchs ermöglicht.

Der Berechnung liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren auf den am Bilanzstichtag gültigen oder bereits verabschiedeten Steuersätzen. Die Effekte aus Steuersatzänderungen werden ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst; es sei denn, sie entfallen auf Sachverhalte, die direkt im Eigenkapital zu erfassen sind. Latente Steuerforderungen und -verbindlichkeiten werden saldiert, wenn ein einklagbares Recht zur Aufrechnung tatsächlicher Steuerforderungen gegen tatsächliche Steuerverbindlichkeiten besteht und es sich um die gleiche Steuerart und Steuerbehörde handelt.

### **Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und Schulden**

Langfristige Vermögenswerte (oder eine Veräußerungsgruppe) sowie Beteiligungen, die bereits mit Weiterveräußerungsabsicht erworben wurden, werden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert und zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten bewertet, wenn ihr Buchwert im Wesentlichen durch einen Verkauf erlöst wird und nicht durch die fortgesetzte betriebliche Nutzung.

### **Rückstellungen**

Rückstellungen werden für Verpflichtungen gegenüber Dritten gebildet, die aus Ereignissen der Vergangenheit resultieren, die wahrscheinlich zu einem Mittelabfluss führen werden und deren Höhe verlässlich geschätzt werden kann.

Pläne für Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses werden in Abhängigkeit von ihrem wirtschaftlichen Gehalt, der sich aus den grundlegenden Leistungsbedingungen und Voraussetzungen des Plans ergibt, entweder als Leistungszusagen (Defined Benefit) oder als Beitragszusagen (Defined Contribution) klassifiziert.

Die versicherungsmathematische Bewertung von leistungsorientierten Pensions- und ähnlichen Verpflichtungen erfolgt nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (projected unit credit method). Bei diesem Verfahren werden nicht nur die am Stichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften, sondern auch künftig zu erwartende Steigerungen von Renten und Gehältern berücksichtigt. Die Pensionsverpflichtungen werden auf Basis versicherungsmathematischer Gutachten ermittelt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden vollständig erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.



Gewinne oder Verluste aus der Kürzung oder Abgeltung eines leistungsorientierten Plans werden zum Zeitpunkt der Kürzung oder Abgeltung erfasst. Sie umfassen jede aus der Plankürzung oder -abgeltung resultierende, erfolgswirksam zu erfassende Änderung des Barwerts der leistungsorientierten Verpflichtung sowie alle etwaigen damit verbundenen versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste und etwaigen nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand.

Bei beitragsorientierten Altersversorgungssystemen (zum Beispiel Direktversicherungen) werden die einzahlungspflichtigen Beiträge unmittelbar als Aufwand verrechnet. Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen werden im Zusammenhang mit beitragsorientierten Verpflichtungen nicht gebildet, da der Ströer Konzern in diesen Fällen neben der Verpflichtung zur Prämienzahlung keinen weiteren Verpflichtungen unterliegt.

Die Bewertung der sonstigen Rückstellungen erfolgt mit der bestmöglichen Schätzung des erwarteten Mittelabflusses oder bei längerfristigen Rückstellungen, sofern der Zinseffekt wesentlich ist, mit dem Barwert des erwarteten Mittelabflusses.

Bestehen gesetzliche oder vertragliche Verpflichtungen, am Ende der Laufzeit der Werberechtskonzession Werbeträger abzubauen und den Standort wiederherzustellen, so wird für diese Verpflichtung eine Rückstellung gebildet, soweit es wahrscheinlich ist, dass die Verpflichtung tatsächlich zu erfüllen ist. Die Höhe der Rückstellung bemisst sich nach den zukünftig erwarteten Abbaukosten am Ende der Laufzeit, abgezinst auf den Zeitpunkt der erstmaligen Bildung der Rückstellung. In dieser Höhe wird die Rückstellung erfolgsneutral gebildet, da gleichzeitig eine betragsgleiche Aktivierung dieses Betrags unter den Sachanlagen erfolgt. Änderungen im Wert der Rückstellungen wirken sich unmittelbar auf den Wert der korrespondierenden Sachanlagen aus.

Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften (Drohverlustrückstellungen) werden gebildet, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung eines Vertrags höher als der erwartete wirtschaftliche Nutzen sind.

Die Rückstellung für Archivierungskosten wird für die gesetzliche Verpflichtung zur Aufbewahrung der Geschäftsunterlagen gebildet.

#### **Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten**

Abgrenzungen, Vorauszahlungen sowie nicht finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

#### **Eventualschulden**

Eventualschulden sind mögliche Verpflichtungen, die auf vergangenen Ereignissen beruhen und deren Existenz erst durch das Eintreten eines oder mehrerer ungewisser zukünftiger Ereignisse bestätigt wird, die jedoch außerhalb des Einflussbereichs des Ströer Konzerns liegen. Ferner können gegenwärtige Verpflichtungen dann Eventualschulden darstellen, wenn die Wahrscheinlichkeit des Abflusses von Ressourcen nicht hinreichend für die Bildung einer Rückstellung ist und/oder die Höhe der Verpflichtung nicht ausreichend zuverlässig geschätzt werden kann. Eventualschulden entsprechen dem am Bilanzstichtag bestehenden Haftungsumfang. Eventualschulden werden grundsätzlich nicht in der Bilanz erfasst, sondern im Anhang erläutert.

#### **Aktienbasierte Vergütungsformen**

Die bei einer aktienbasierten Vergütungstransaktion erhaltenen oder erworbenen Güter oder Dienstleistungen werden zu dem Zeitpunkt angesetzt bzw. als Aufwand erfasst, zu dem die Güter erworben oder die Dienstleistungen erhalten wurden. Es wird eine entsprechende Zunahme im Eigenkapital erfasst, wenn die Güter oder Dienstleistungen bei einer aktienbasierten Vergütungstransaktion mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente erhalten wurden, oder eine Schuld angesetzt, wenn die Güter oder Dienstleistungen bei einer aktienbasierten Vergütungstransaktion mit Barausgleich erworben wurden. Im Falle einer aktienbasierten Vergütungstransaktion, die in bar abgegolten wird, werden die erworbenen Güter oder Dienstleistungen und

die entstandene Schuld mit dem beizulegenden Zeitwert der Schuld angesetzt. Bis zur Begleichung der Schuld wird der beizulegende Zeitwert der Schuld zu jedem Bilanzstichtag neu bestimmt. Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam erfasst.

### Übersicht ausgewählter Bewertungsmethoden

Bilanzposten	Bewertungsmethode
<b>Aktiva</b>	
Goodwill	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und erzielbarem Betrag
Finanzielle Vermögenswerte	
Kredite und Forderungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Bis zur Endfälligkeit zu halten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zur Veräußerung verfügbar	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Zahlungsmittel	Nennwert
<b>Passiva</b>	
Rückstellungen	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	Anwartschaftsbarwertmethode
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag
Finanzielle Verbindlichkeiten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sonstige Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag

## 4 Änderung von Rechnungslegungsvorschriften

Für die Erstellung des Konzernabschlusses wurden sämtliche durch das IASB und das IFRIC veröffentlichten neuen und geänderten Standards und Interpretationen angewandt, soweit diese für Geschäftsjahre beginnend am 1. Januar 2010 verpflichtend in der Europäischen Union anzuwenden sind.

### Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden oder Schätzungen

Mit Wirkung zum 1. Januar 2010 wurde der IFRS 8 „Segmentberichterstattung“ dahingehend geändert, dass die bisherige unbedingte Angabepflicht zu den Vermögenswerten je Segment entfällt und durch eine bedingte Angabepflicht ersetzt worden ist. In unserer internen Berichterstattung wird diese Kenngröße nicht der verantwortlichen Unternehmensinstanz vorgelegt. Daher geben wir die Kenngröße für das Berichts- und Vorjahr nicht mehr innerhalb der Segmentberichterstattung an.

Zum 1. Januar 2010 haben wir die Richtlinie zur Ermittlung des Operational EBITDA geändert. Ab diesem Zeitpunkt werden (nicht zahlungswirksame) Bewertungseffekte für Rückstellungen aus einem Phantom-Stock-Programm für den Vorstand als Bestandteil eines langfristigen Vergütungsprogramms bei der Berechnung des Operational EBITDA herausgerechnet. Hintergrund ist, dass dieses Programm mit dem Börsengang beendet und ausbezahlt wurde. Die Vergleichszahlen des Jahres 2009 wurden rückwirkend angepasst. Der Effekt der Anpassung beträgt TEUR 327.

Wir stellen die den nicht beherrschenden Gesellschaftern gewährten Put-Optionen über die noch in deren Eigentum stehenden Gesellschaftsanteile als fiktiven Erwerb am Stichtag dar. Der im Eigenkapital gebildete Ausgleichsposten für diese Anteile wird ausgebucht, statt dessen wird eine Verbindlichkeit in Höhe einer fiktiven Kaufpreisverbindlichkeit eingebucht. Der kumulierte Differenzbetrag zwischen dem ausgebuchten Ausgleichsposten und der fiktiven Kaufpreisverbindlichkeit wird direkt mit den

Gewinnrücklagen verrechnet. Der Wert der fiktiven Kaufpreisverbindlichkeit sowie Einzelheiten zu ihrer Ermittlung werden in Angabe 35 dargestellt.

In diesem Zusammenhang wurden zum 31. Dezember 2010 fiktive Kaufpreisverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 17.109 eingebucht, Ausgleichsposten für nicht beherrschende Gesellschafter in Höhe von TEUR 14.604 ausgebucht sowie die Gewinnrücklagen um TEUR 2.210 erhöht. Der Vorjahresbetrag wurde korrigiert. Dies führte zu einer Erhöhung der Finanzverbindlichkeiten in Höhe von TEUR 4.716, einer Minderung des Ausgleichspostens in Höhe von TEUR 18 sowie einer Erhöhung der Gewinnrücklagen in Höhe von TEUR 2.213. Zum 1. Januar 2009 hat die fiktive Verbindlichkeit TEUR 6.947 betragen. Anteile nicht beherrschender Gesellschafter von TEUR 872 wurden ausgebucht sowie eine Minderung der Gewinnrücklagen um TEUR 6.075 vorgenommen.

Wir sind der Auffassung, dass durch die gewählte Darstellungsweise dem Charakter des Geschäftsvorfalles als Transaktion unter Eigenkapitalgebern und der daraus folgenden erfolgsneutralen Behandlung besser Rechnung getragen wird und der Einblick in die Vermögenslage verbessert wird.

Auf die durchgeführten Unternehmenserwerbe wurden erstmals die ab dem 1. Januar 2010 geltenden Regelungen des IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ und des IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ prospektiv angewandt. Die Vergleichsperioden wurden nicht angepasst.

Die für die vorgenommenen Transaktionen wesentlichen Änderungen gegenüber der bisherigen Fassung des IFRS 3 stellen sich zusammengefasst wie folgt dar:

- Bei sukzessiven Unternehmenserwerben werden die bereits zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung gehaltenen Anteile erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Goodwill ermittelt sich im Anschluss als Differenz zwischen dem Kaufpreis zuzüglich dem Zeitwert der neubewerteten Anteile und dem Wert vorhandener Anteile nicht beherrschender Gesellschafter abzüglich des Werts des erworbenen Nettovermögens.
- Es ist erstmals möglich, die Anteile der nicht beherrschenden Gesellschafter zum beizulegenden Zeitwert zu erfassen und die Differenz zu dem sich aus dem anteiligen Eigenkapital ergebenden Betrag dem Goodwill hinzuzurechnen (so genannte Full-Goodwill-Methode). Das Wahlrecht zum Ansatz des Full Goodwill kann für jede Transaktion gesondert ausgeübt werden. Wir haben für den Erwerb weiterer 40 Prozent am türkischen Teilkonzern und der erstmaligen Kontrollerlangung zur Full-Goodwill-Methode optiert.
- Anschaffungsnebenkosten werden sofort ergebniswirksam erfasst.
- IFRS 3 regelt erstmals den Ansatz und die Bewertung von Rechten, die bereits vor dem Zusammenschluss den erworbenen Unternehmen durch den Erwerber eingeräumt worden sind und nun wirtschaftlich an den Erwerber zurückfallen (so genannte zurückerworbene Rechte).

Wir haben die Kosten für die Rückbauverpflichtungen von Werbeträgern auf Basis der zukünftig anfallenden Kosten neu geschätzt. Gleichzeitig haben wir auf Basis fortlaufend gewonnener Erkenntnisse die Wahrscheinlichkeit der Inanspruchnahme aus den zugrunde liegenden vertraglichen Verpflichtungen neu eingeschätzt. Daraus resultierte eine Anpassung von insgesamt TEUR 5.223, die ergebnisneutral als Erhöhung der zugrunde liegenden Vermögenswerte und der Rückstellungen erfasst worden ist. Unter Annahme einer durchschnittlichen Restnutzungsdauer von zehn Jahren der zugrunde liegenden Verpflichtungen werden wir in den Folgejahren Abschreibungen in Höhe von jährlich TEUR 522 in den Umsatzkosten erfassen. Auf Basis der heutigen Abzinsungssätze ergibt sich aus der Aufzinsung der Rückstellung ein Zinsaufwand von mindestens TEUR 218, der in den Folgejahren weiter ansteigt.

#### **Übernommene Standards oder Verlautbarungen ohne Auswirkungen auf die Bilanzierung des Konzerns**

Die nachfolgend aufgeführten Standards oder Verlautbarungen des IFRIC sind erstmalig im Geschäftsjahr 2010 anzuwenden gewesen. Hieraus ergaben sich aber keine Auswirkungen auf die Bilanzierung des Konzerns.

Standard/Verlautbarung	Inhalt
IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“	Klarstellung der Behandlung von konzernweiten, in bar abgewickelten anteilsbasierten Vergütungsformen.
IAS 32 „Finanzinstrumente: Darstellung“	Klarstellung, unter welchen Umständen Bezugsrechte in Fremdwährung als Eigenkapital zu qualifizieren sind.
IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“	Klarstellung, dass die Designation von Teilen eines Finanzinstruments als Fair Value oder Cash-Flow Hedge zulässig ist. Gleichzeitig erlaubt die Änderung unter gewissen Bedingungen die Absicherung des Inflationsrisikos.
IFRIC 12 „Vereinbarungen über Dienstleistungskonzessionen“	Erstmalige Regelung, wie durch private Unternehmen erbrachte Infrastrukturleistungen zu behandeln sind.
IFRIC 17 „Sachdividenden an Eigentümer“	Erstmalige Regelung, wie Sachdividenden an Eigentümer zu behandeln sind.
Improvements to IFRSs 2008 und 2009	Sammelstandards zur Änderung diverser Einzelstandards, die mit Ausnahme der bereits erwähnten Änderung an IFRS 8 „Segmentberichterstattung“ keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben.

### Noch nicht anzuwendende Standards oder Verlautbarungen

Der nachfolgend erläuterte Standard ist noch nicht verpflichtend anzuwenden und ist bisher von uns auch noch nicht angewandt worden.

Im November 2009 hat das IASB im Rahmen des Projekts für die Nachfolgestandards des IAS 39 den IFRS 9 „Finanzinstrumente: Klassifizierung und Bewertung“ veröffentlicht. Der Standard ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen. Die Übernahme des IFRS 9 wird sich auf die Klassifizierung und Bewertung der finanziellen Vermögenswerte und Schulden auswirken. Allerdings ist der Standard zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht durch die EU übernommen worden.

Darüber hinaus haben das IASB und das IFRIC die im Folgenden aufgelisteten Standards und Interpretationen verabschiedet oder geändert, aus deren erstmaliger Anwendung sich voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns ergeben werden:

- IFRS 7 „Angaben über die Übertragung von finanziellen Vermögenswerten“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2011 beginnt);
- IAS 12 „Latente Steuern: Realisierung zugrunde liegender Vermögenswerte“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2012 beginnt);
- IAS 24 „Angaben Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnt);
- IAS 32 „Finanzinstrumente: Darstellung“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Februar 2010 beginnt);
- Verbesserungen zu IFRS 2010 (Sammelstandard);
- IFRIC 14 „Vorauszahlungen im Rahmen von Mindestdotierungsverpflichtungen“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnt);
- IFRIC 19 „Ablösung finanzieller Verbindlichkeiten mit Eigenkapitalinstrumenten“  
(anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnt).

### 5 Konsolidierungskreis

Der Konzernabschluss beinhaltet die Abschlüsse aller Gesellschaften, bei denen die Ströer AG mittelbar oder unmittelbar einen beherrschenden Einfluss ausübt. Zum 31. Dezember 2010 wurden neben der Ströer AG 23 deutsche und 18 ausländische Tochtergesellschaften im Wege der Vollkonsolidierung und sechs deutsche und ein ausländisches Gemeinschaftsunternehmen (Joint Ventures) im Wege der Quotenkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen.



## Vollkonsolidierte Unternehmen

Firma	Sitz	Land	Kapitalanteil vH	
			31.12.2010	31.12.2009
blowUP Media Benelux B.V.	Amsterdam	Niederlande	80	80
blowUP Media Espana S.A.	Madrid	Spanien	70	70
blowUP Media France SAS	Paris	Frankreich	82	82
blowUP Media GmbH	Köln	Deutschland	75	75
blowUP media project GmbH	Köln	Deutschland	75	75
blowUP Media U.K. Ltd.	London	Großbritannien	80	80
City Design Gesellschaft für Außenwerbung mbH	Köln	Deutschland	100	100
City Lights Reklam Pazarlama Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	89	50
City Plakat BMA GmbH	Berlin	Deutschland	-	100
Culture Plak Marketing GmbH	Berlin	Deutschland	51	51
DERG Vertriebs GmbH	Köln	Deutschland	100	100
DSM Deutsche Städte Medien GmbH	Frankfurt	Deutschland	100	100
DSM Krefeld Außenwerbung GmbH	Krefeld	Deutschland	51	51
DSM Mediaposter GmbH	Köln	Deutschland	100	100
DSM Zeit und Werbung GmbH	Frankfurt	Deutschland	100	100
Dünya Tanitim Hizmetleri ve Turizm Ticaret Ltd. Sti.*	Istanbul	Türkei	90	50
GO Public! Eventmedia GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Gündem Matbaacilik Organizasyon Gazetecilik Reklam San. Tic. Ltd.*	Antalya	Türkei	90	50
Hamburger Außenwerbung GmbH	Hamburg	Deutschland	-	100
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH	Hamburg	Deutschland	75	75
Ilbak Neon Kent Mobilyalari Ltd. Sti.*	Istanbul	Türkei	90	50
INFOSCREEN Hamburg Gesellschaft für Stadtinformationssysteme mbH	Hamburg	Deutschland	75	75
Inter Tanitim Hizmetleri San. ve Ticaret A.S.*	Istanbul	Türkei	60	33
Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	51	51
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen	Hamburg	Deutschland	51	51
Megaposter UK Ltd.	Brighton	Großbritannien	80	80
Meteor Advertising Ltd.	London	Großbritannien	80	80
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti.*	Istanbul	Türkei	72	40
SK Kulturwerbung Bremen-Hannover GmbH*	Bremen	Deutschland	100	50
SK Kulturwerbung Rhein-Main GmbH*	Frankfurt	Deutschland	100	50
Stadtkultur Rhein-Ruhr GmbH, Büro für Kultur und Produktinformationen*	Essen	Deutschland	100	50
Ströer Akademi Reklam Pazarlama Ltd. Sti.*	Istanbul	Türkei	90	50
Ströer City Marketing Sp. z.o.o. (vormals: News Outdoor Poland Sp. z.o.o.)	Warschau	Polen	99	-
Ströer DERG Media GmbH	Kassel	Deutschland	100	100
Ströer Deutsche Außenwerbung GmbH	Köln	Deutschland	-	100
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Infoscreen GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S.*	Istanbul	Türkei	90	50
Ströer Media Deutschland GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Media Sp. z.o.o.K.	Warschau	Polen	99	99
Ströer Media Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	99	99
Ströer Polska Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	99	99
Ströer Sales & Services GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Werbering Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100	100

Die mit \* gekennzeichneten Gesellschaften sind im Geschäftsjahr 2009 noch im Wege der quotalen Konsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen worden.

Durch konzerninterne Verschmelzungen sind im Geschäftsjahr 2010 folgende Unternehmen von einer anderen Konzerngesellschaft aufgenommen worden:

- City Plakat BMA GmbH
- Hamburger Außenwerbung GmbH
- Ströer Deutsche Außenwerbung GmbH

Die nachfolgend aufgeführten Gemeinschaftsunternehmen sind im Bereich der Vermarktung von Out-of-Home-Medien tätig.

Quotal konsolidierte Gemeinschaftsunternehmen			Kapitalanteil vH	
Firma	Sitz	Land	31.12.2010	31.12.2009
Arge Schönefeld GbR	Berlin	Deutschland	50	50
Blow UP Media Belgium N.V.	Antwerpen	Belgien	60	60
DSMDecaux GmbH	München	Deutschland	50	50
mediateam Werbeagentur GmbH/Ströer Media Deutschland GmbH & Co. KG - GbR	Köln	Deutschland	50	50
Mega-Light Staudenraus & Ströer GbR	Köln	Deutschland	50	50
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH	Trier	Deutschland	50	50
X-City Marketing Hannover GmbH	Hannover	Deutschland	50	50

Aufgrund von weitgehenden Mitwirkungsrechten der nicht beherrschenden Gesellschafter der Blow UP Media Belgium N.V. haben wir keine Kontrolle über die Gesellschaft.

Die folgende Tabelle zeigt das Vermögen und die Schulden sowie die Aufwendungen und Erträge der Gemeinschaftsunternehmen in Bezug auf die Anteile des Konzerns:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Vermögenswerte	9.175	46.168
Langfristige Vermögenswerte	6.417	45.228
Kurzfristige Schulden	2.549	27.714
Langfristige Schulden	2.296	27.062
<b>Nettovermögen</b>	<b>10.747</b>	<b>36.620</b>

In TEUR	2010	2009
Erträge	14.183	68.979
Aufwendungen	10.565	60.453
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>3.618</b>	<b>8.526</b>

Über die aufgeführten Beteiligungen hinaus besitzt der Konzern Anteile an der XOREX GmbH, Köln, (24,6 %, Vj.: 24,6 %) und der XOREX Beteiligungs GmbH, Köln, (49,7 %, Vj.: 49,7 %).

Der Buchwert der assoziierten Unternehmen beträgt zum 31. Dezember 2010 TEUR 0 (Vj.: TEUR 0). Im Berichtsjahr wurden die Anschaffungskosten der Beteiligung an assoziierten Unternehmen um TEUR 135 erhöht und in gleiche Höhe wieder wertberichtigt.

Die Gesellschaften weisen zum Stichtag folgende konsolidierte Werte auf:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Vermögenswerte	89	2.020
Langfristige Vermögenswerte	0	14.467
Kurzfristige Schulden	402	3.543
Langfristige Schulden	354	28.160
<b>Nettovermögen</b>	<b>-667</b>	<b>-15.216</b>

Die Angabe des kumulierten Gesamtbetrags der nicht erfassten anteiligen Verluste kann nicht gemacht werden, da der XOREX-Konzern von wesentlichen Beteiligungen im Jahr 2010 keinerlei Informationen mehr erhalten hat (Vj.: TEUR 4.572).

## 6 Unternehmenserwerbe und Veräußerungen

### Unternehmenserwerbe

#### Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Türkei

Mit Wirkung vom 2. September 2010 hat der Konzern weitere 40 Prozent der Anteile an der Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul/Türkei, (im Folgenden: „Ströer Kentvizyon“) erworben und hält seit diesem Zeitpunkt 90 Prozent der Gesellschaftsanteile. Die Gesellschaft ist im Bereich der Vermarktung von Out-of-Home-Medien tätig. Ziel des Erwerbs der weiteren Anteile war es, die Kontrolle über das bisherige Joint Venture zu erlangen und so die Internationalisierung des Konzerns in diesem dynamischen Wachstumsmarkt weiter voranzutreiben.

Für den Erwerb sind Transaktionskosten von insgesamt TEUR 110 angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden betragen:

In TEUR	
Werberechtskonzessionen	101.713
Auftragsbestand	3.729
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	417
Sachanlagen	35.898
Latente Steueransprüche	2.596
Vorräte	1.913
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	59.115
Finanzielle Vermögenswerte	4.750
Sonstige Vermögenswerte	27.030
Ertragsteueransprüche	941
Zahlungsmittel	2.059
Pensionsrückstellungen	133
Sonstige Rückstellungen	309
Latente Steuerverbindlichkeiten	21.088
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34.552
Finanzverbindlichkeiten	60.886
Sonstige Verbindlichkeiten	15.639
Ertragsteuerverbindlichkeiten	2.011
Erworbenes Reinvermögen	105.544

Die Nutzungsdauern der Verträge betragen zwischen ein und 17 Jahren. Die Nutzungsdauer der aktivierten Auftragsbestände beträgt vier Monate.

Im Rahmen des Unternehmenserwerbs wurden TEUR 200 als bedingte Verbindlichkeiten in den Ertragsteuerverbindlichkeiten angesetzt. Hierbei handelt es sich um bedingte Steuerverbindlichkeiten, die die erworbenen Unternehmen als nicht entstanden ansehen. Die bedingten Verbindlichkeiten wurden auf Basis der wahrscheinlichsten Inanspruchnahme ermittelt.

Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen, aufgeschlüsselt nach den wesentlichen Kategorien, setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	59.115	62.159
Finanzielle Forderungen	4.750	4.844
Sonstige Vermögenswerte	1.135	1.135

Der beizulegende Zeitwert der erworbenen Forderungen stellt gleichzeitig die beste Schätzung für die erwarteten Zahlungsmittelzuflüsse aus diesen Forderungen dar.

Die Kaufpreisallokation zum 31. Dezember 2010 ist hinsichtlich der Ermittlung des Zeitwerts der nicht beherrschenden Anteile noch vorläufig. Daher ist sowohl die Ermittlung des Unternehmenswerts, der sich auf den Zeitwert der bisher gehaltenen Anteile und damit auf den Kaufpreis auswirkt, als auch die Höhe des Goodwills noch vorläufig.

Aus der Anpassung der vorläufigen Kaufpreisallokation ergeben sich folgende Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung und die Bilanz:

In TEUR	
Werberechtskonzessionen	101.713
Auftragsbestand	3.729
Goodwill	-71.471
Latente Steueransprüche	2.596
Latente Steuerverbindlichkeiten	21.088
Sonstige Rückstellungen	309
Ertragsteuerverbindlichkeiten	200
Abschreibung auf Werbenutzungsrechte und Auftragsbestand (in den Umsatzkosten enthalten)	7.106
Steuern vom Einkommen und Ertrag	1.421

Für die zum 30. September 2010 berichtete Gewinn- und Verlustrechnung stellen sich die Effekte wie folgt dar:

In TEUR	
Sonstige betriebliche Erträge	5.611
Abschreibung auf Werbenutzungsrechte und Auftragsbestand (in den Umsatzkosten enthalten)	1.788
Steuern vom Einkommen und Ertrag	358



Der Goodwill leitet sich wie folgt ab:

In TEUR	
Kaufpreis	55.000
Beizulegender Zeitwert der Altanteile nach Neubewertung	75.626
Zeitwert der nicht beherrschenden Anteile	22.630
Erworbenes Reinvermögen	105.544
Goodwill	47.712

Aus der Neubewertung der bereits gehaltenen Anteile resultiert ein Ertrag von insgesamt TEUR 59.600, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst wurde. Darüber hinaus entstand aus der Entkonsolidierung des bisherigen Joint Ventures ein Erfolg von TEUR 1.788, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst wurde.

Der Goodwill beruht auf den positiven Aussichten für die Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Türkei und den damit verbundenen Ertragserwartungen für die kommenden Jahre sowie der Möglichkeit, über Vertragsverlängerungen bereits bestehender Verträge bzw. die Gewinnung neuer Vertragsrechte jetzt noch nicht bekannte Cash-Flows zu generieren. Für steuerliche Zwecke ist kein Goodwill entstanden.

Die Dotierung des Ausgleichspostens für nicht beherrschende Anteile wurde anhand der Full-Goodwill-Methode vorgenommen.

Für die Bewertung des beizulegenden Zeitwerts des Ausgleichspostens an der Muttergesellschaft des türkischen Teilkonzerns wurde eine Unternehmensbewertung auf Basis eines DCF-Verfahrens durchgeführt. Der beizulegende Zeitwert wurde als anteiliger Betrag der nicht beherrschenden Gesellschafter am Gesamtwert des Eigenkapitals ermittelt. Für diese Unternehmensbewertung ist eine Vier-Jahres-Detailplanung vorgenommen worden. Der sich am Ende des Detailplanungszeitraums ergebende Cash-Flow wurde im Wege der ewigen Rente für die Zukunft weiter fortgeschrieben. Für diese Planung wurden die gleichen Prämissen wie beim Impairment-Test unterstellt. Die Ausgleichsposten für die nicht beherrschenden Anteile an zwei Tochtergesellschaften wurden auf Basis des nach Anwendung eines Multiple-Verfahrens auf das EBIT gewonnenen Unternehmenswerts abgeleitet. Hierfür wurde ein Multiple von 7,0 verwandt.

Seit der Kontrollerlangung hat die Ströer Kentvizyon folgende Beträge zum Umsatz und Ergebnis nach Steuern erwirtschaftet, die in der Gewinn- und Verlustrechnung 2010 des Konzerns enthalten sind:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
2.9. – 31.12.2010	38.100	-3.630

Im Rahmen der nach IFRS 3 notwendigen Entkonsolidierung wurden die bisher quotal konsolidierten Gesellschaften Medya Grup Tanitim Halkla Illiskiler Organizasyon Sanayi ve Ticaret Ltd. Sti. und Konya Inter Tanitim ve Reklam Hizmetleri A.S. entkonsolidiert. Die Gesellschaften haben ihren operativen Geschäftsbetrieb weitestgehend eingestellt und werden aus Wesentlichkeitsgründen nicht mehr in den Konsolidierungskreis aufgenommen.

**News Outdoor Poland Sp. z.o.o., Polen**

Mit Wirkung vom 29. Oktober 2010 hat der Konzern 100 Prozent der Anteile an der News Outdoor Poland Sp. z.o.o., Warschau, (im Folgenden: „News Outdoor Poland“) erworben, um seine Stellung auf dem polnischen Außenwerbemarkt weiter zu festigen. Auf den Kaufpreis der Anteile entfielen Barmittel in Höhe von TEUR 22.618. Für den Erwerb sind Transaktionskosten von insgesamt TEUR 20 angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die im Folgenden vorgenommene Verteilung des Kaufpreises ist nicht als endgültig anzusehen, da die Identifikation und Bewertung der im Rahmen des Erwerbs aufzudeckenden Vermögenswerte und Schulden (Purchase Price Allocation) noch nicht mit hinreichender Genauigkeit abgeschlossen ist. Neben der Verteilung des Kaufpreises ist die Höhe des Kaufpreises ebenfalls nicht final festgelegt.

Die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden betragen:

In TEUR	
Immaterielle Vermögenswerte	555
Sachanlagen	9.222
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.205
Sonstige Vermögenswerte	209
Zahlungsmittel	248
Sonstige Rückstellungen	302
Finanzielle Verbindlichkeiten	3.176
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5.997
Sonstige Verbindlichkeiten	413
Erworbenes Reinvermögen	2.552

Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen, aufgeschlüsselt nach den wesentlichen Kategorien, setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.205	2.680
Sonstige Vermögenswerte	6	6

Der beizulegende Zeitwert der erworbenen Forderungen stellt gleichzeitig die beste Schätzung für die erwarteten Zahlungsmittelzuflüsse aus diesen Forderungen dar.

In TEUR	
Kaufpreis	19.218
Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	3.400
Anteiliger Wert der nicht beherrschenden Anteile	201
Erworbenes Reinvermögen	2.552
Goodwill	19.865

Der Goodwill beruht auf den positiven Aussichten für die Entwicklung des Wirtschaftstandorts Polen und den damit verbundenen Ertragsersparungen für die kommenden Jahre sowie der Möglichkeit, über Vertragsverlängerungen bereits bestehender Verträge bzw. die Gewinnung neuer Vertragsrechte jetzt noch nicht bekannte Cash-Flows zu generieren. Für steuerliche Zwecke ist kein Goodwill entstanden.

Die Dotierung des Ausgleichspostens für indirekte nicht beherrschende Anteile wurde anhand der anteiligen Beteiligung am Eigenkapital bzw. dem Beteiligungsbuchwert vorgenommen.

Seit der Kontrollerlangung hat die News Outdoor Poland folgende Beträge zum Umsatz und Ergebnis nach Steuern erwirtschaftet, die in der Gewinn- und Verlustrechnung 2010 des Konzerns enthalten sind:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
29.10.–31.12.2010	2.291	-1.463

#### Stadtkulturen, Deutschland

Mit Wirkung vom 30. Juni 2010 hat der Konzern an der SK Kulturwerbung Rhein-Main GmbH, Frankfurt/Main, der SK Kulturwerbung Bremen-Hannover GmbH, Bremen, und der Stadtkultur Rhein-Ruhr GmbH, Büro für Kultur- und Produktinformation, Essen, jeweils weitere 50 Prozent der Anteile erworben. Er hält damit seit diesem Datum an allen drei Gesellschaften sämtliche Gesellschaftsanteile. Die Anteile sind zur Festigung der Stellung des Konzerns auf dem Markt für Stadtkulturmarketing erworben worden.

Unter Wesentlichkeitsaspekten werden die quantitativen Angaben für die drei erworbenen Gesellschaften gemäß IFRS 3.B65 in Summe gemacht.

Aus der Neubewertung der bereits gehaltenen Anteile resultiert ein Ertrag von insgesamt TEUR 416, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst worden ist.

Die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden betragen:

In TEUR	
Werberechtskonzessionen	562
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	3
Sachanlagen	105
Vorräte	63
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	190
Finanzielle Vermögenswerte	12
Steueransprüche	10
Sonstige Vermögenswerte	160
Zahlungsmittel	643
Sonstige Rückstellungen	143
Latente Steuerverbindlichkeiten	179
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	418
Finanzverbindlichkeiten	34
Sonstige Verbindlichkeiten	262
Steuerverbindlichkeiten	26
Erworbenes Reinvermögen	685

Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen, aufgeschlüsselt nach den wesentlichen Kategorien, setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	186	189
Finanzielle Forderungen	16	16
Sonstige Vermögenswerte	160	160

Der beizulegende Zeitwert der erworbenen Forderungen stellt gleichzeitig die beste Schätzung für die erwarteten Zahlungsmittelzuflüsse aus diesen Forderungen dar.

In TEUR	
Kaufpreis	424
Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	75
Beizulegender Zeitwert der Altanteile nach Neubewertung	499
Erworbenes Reinvermögen	685
Goodwill	313

Der Goodwill beruht auf Ertragserwartungen für kommende Jahre. Für steuerliche Zwecke ist kein Goodwill entstanden.

Seit der Kontrollerlangung haben die drei Gesellschaften folgende Beträge zum Umsatz und Ergebnis nach Steuern erwirtschaftet, die in der Gewinn- und Verlustrechnung 2010 des Konzerns enthalten sind:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.7. – 31.12.2010	1.251	208

### Zusammenfassende Angaben

Bei den folgenden Angaben ist berücksichtigt, dass für die Ströer Kentvizyon und die Stadtkulturen nur 50 Prozent der Vermögenswerte und Schulden als Zugang angesehen werden, da diese Gesellschaften bis zu ihren jeweiligen Erwerbsstichtagen mit einer Quote von 50 Prozent in den Konsolidierungskreis eingeflossen sind.

Die Auswirkungen auf den Cash-Flow aus Investitionstätigkeit stellen sich wie folgt dar:

In TEUR	2010	2009
Gesamtsumme der Zahlungen	-74.642	-10
Gesamtsumme der Zahlungen aus Kaufpreisanpassungen	0	100
Gesamtsumme der erworbenen Zahlungsmittel	1.599	242
Zahlungsmittelabflüsse für Akquisitionen in Vorjahren	-286	0
Saldierter Zahlungsmittelfluss aus Unternehmenserwerben	-73.329	332
Gesamtsumme der erhaltenen Zahlungen	0	100
Gesamtsumme der abgegangenen Zahlungsmittel	0	-709
Gesamtsumme der erhaltenen Zahlungen für Verkäufe in Vorjahren	300	0
Saldierter Zahlungsfluss aus Unternehmensverkäufen	300	-609



Die Gesamtsumme der zugehenden und abgehenden Vermögenswerte und Schulden stellt sich wie folgt dar:

In TEUR	2010	2009
Goodwill	67.890	-612
Werberechtskonzessionen	102.275	11.931
Auftragsbestand	3.729	342
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	976	7
Sachanlagen	45.225	-355
Latente Steueransprüche	2.596	0
Vorräte	1.976	26
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	61.510	199
Finanzielle Vermögenswerte	4.762	-1.050
Sonstige Vermögenswerte	27.399	46
Ertragsteueransprüche	951	-5
Pensionsrückstellungen	133	0
Sonstige Rückstellungen	755	26
Latente Steuerverbindlichkeiten	21.267	3.922
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	40.967	-28
Finanzverbindlichkeiten	64.096	0
Sonstige Verbindlichkeiten	16.314	-206
Ertragsteuerverbindlichkeiten	2.037	-169

Wenn alle im Jahr 2010 erworbenen Gesellschaften bereits ab dem 1. Januar 2010 im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen gewesen wären, hätten sich Umsatzerlöse und Ergebnis nach Steuern des Konzerns wie folgt dargestellt. Dabei wird unterstellt, dass die zu den jeweiligen Erwerbszeitpunkten vorgenommenen Fair-Value-Anpassungen aus der PPA bei einer unterstellten Konsolidierung ab dem 1. Januar 2010 unverändert gewesen wären.

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.1. – 31.12.2010	575.004	49.176

## 7 Konsolidierungsgrundsätze

Die Vermögenswerte und Schulden der in den Konzernabschluss voll oder quotaleinbezogenen Unternehmen werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden bewertet. Der Bilanzstichtag ist einheitlich der 31. Dezember.

Tochtergesellschaften werden ab dem Erwerbszeitpunkt, das heißt, ab dem Zeitpunkt, ab dem der Konzern die Beherrschung erlangt, voll konsolidiert. Beherrschung im Sinne des IAS 27 „Konzern- und Einzelabschlüsse“ ist gegeben, wenn die Möglichkeit besteht, die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens zu bestimmen, um aus dessen Tätigkeit Nutzen zu ziehen. Die Einbeziehung in den Konzernabschluss endet, sobald die Beherrschung durch das Mutterunternehmen nicht mehr besteht.

Die Anschaffungskosten von erworbenen ausländischen Gesellschaften werden zum Erwerbszeitpunkt mit dem jeweiligen Kurs in Euro umgerechnet.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode. Im Rahmen der Kaufpreisallokation werden die übernommenen Vermögenswerte und Schulden sowie bestimmte Eventualschulden mit ihren beizulegenden Zeitwerten angesetzt. Ein verbleibender positiver Unterschiedsbetrag der Anschaffungskosten der Beteiligung über die anteiligen Zeitwerte der identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden wird als Goodwill aktiviert. Der auf die nicht beherrschenden Anteile entfallende Goodwill wird gemäß IFRS 3 von Fall zu Fall aktiviert. Verbleibende negative Unterschiedsbeträge werden sofort erfolgswirksam aufgelöst.

Die aufgedeckten stillen Reserven und Lasten werden im Rahmen der Folgekonsolidierung entsprechend den korrespondierenden Vermögenswerten und Schulden fortgeführt. Bilanzierte Goodwill werden einem jährlichen Werthaltigkeitstest unterzogen (siehe hierzu Abschnitt 19).

Im Geschäftsjahr gegebenenfalls in den Einzelabschlüssen vorgenommene Zu- bzw. Abschreibungen auf Anteile an konsolidierten Gesellschaften werden im Konzernabschluss wieder storniert. Konzerninterne Gewinne und Verluste, Umsätze, Aufwendungen und Erträge sowie die zwischen konsolidierten Gesellschaften bestehenden Forderungen und Verbindlichkeiten werden eliminiert.

Bei den Konsolidierungsvorgängen werden die ertragsteuerlichen Auswirkungen berücksichtigt und latente Steuern in Ansatz gebracht.

Die auf die jeweiligen nicht beherrschenden Gesellschafter entfallenden Anteile am Kapital und am Ergebnis werden in einem gesonderten Posten innerhalb des Eigenkapitals erfasst. Werden weitere Anteile von bereits voll konsolidierten Gesellschaften erworben, wird der Differenzbetrag mit dem Eigenkapital erfolgsneutral verrechnet.

Ein Gemeinschaftsunternehmen wird als eine vertragliche Vereinbarung von zwei oder mehreren Parteien zur Durchführung einer wirtschaftlichen Tätigkeit, die einer gemeinschaftlichen Führung unterliegt, definiert. Die Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen erfolgt quotaal entsprechend den oben erläuterten Grundsätzen der Vollkonsolidierung.

Sonstige Beteiligungen werden gemäß IAS 39 für Bewertungszwecke als „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ klassifiziert. Die Bilanzierung erfolgt zu Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert, sofern dieser verlässlich bestimmbar ist.

## 8 Währungsumrechnung

Die Jahresabschlüsse der ausländischen Konzerngesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, werden nach dem Konzept des IAS 21 „Auswirkungen von Änderungen der Wechselkurse“ in die Konzernberichtswährung Euro umgerechnet. Die funktionale Währung der ausländischen Konzerngesellschaften entspricht der jeweiligen Landeswährung.

Vermögenswerte und Schulden werden mit dem Kurs zum Bilanzstichtag umgerechnet. Das Eigenkapital wird zu historischen Kursen geführt. Aufwendungen und Erträge werden zu gewogenen Durchschnittskursen der jeweiligen Periode in Euro umgerechnet. Die Differenzen aus der Umrechnung werden ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst. Eine erfolgsneutral im Eigenkapital erfasste Umrechnungsdifferenz wird erst dann ergebniswirksam erfasst, wenn die entsprechende Unternehmenseinheit verkauft oder entkonsolidiert wird.

Transaktionen der konsolidierten Gesellschaften in Fremdwährungen werden mit den Wechselkursen zum Transaktionszeitpunkt in die funktionale Währung umgerechnet. Gewinne und Verluste, die aus der Erfüllung solcher Transaktionen sowie aus der Umrechnung von zum Stichtagskurs in Fremdwährung geführten monetären Vermögenswerten und Schulden resultieren, werden ergebniswirksam erfasst.

Für die wichtigsten Fremdwährungen des Ströer Konzerns wurden folgende Währungskurse verwendet:

Land	Währung	Stichtagskurs		Gewogener Durchschnittskurs	
		31.12.2010	31.12.2009	2010	2009
Polen	PLN	3,9659	4,1168	4,0006	4,3262
Türkei	TRY	2,0700	2,1558	1,9985	2,1539
Großbritannien	GBP	0,8618	0,8890	0,8600	0,8896

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### 9 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse lassen sich wie folgt unterteilen:

In TEUR	2010	2009
Erlöse aus der Vermarktung von Werbeträgern	503.831	443.772
Erlöse aus Serviceleistungen	22.654	20.601
Sonstige operative Erlöse	2.531	2.230
Lizenz Erlöse	2.297	3.196
<b>Gesamt</b>	<b>531.313</b>	<b>469.799</b>

Für die Unterteilung der Umsatzerlöse nach Segmenten wird auf die Angaben zur Segmentberichterstattung verwiesen. In den Umsatzerlösen sind Umsätze aus Gegengeschäften in Höhe von TEUR 2.570 (Vj.: TEUR 874) enthalten. Die offenen Forderungen und Verbindlichkeiten aus Gegengeschäften betragen zum Stichtag TEUR 951 (Vj.: TEUR 425) beziehungsweise TEUR 185 (Vj.: TEUR 219).

### 10 Umsatzkosten

Die Umsatzkosten umfassen sämtliche Kosten, die für den Verkauf von Produkten und die Erbringung von Dienstleistungen angefallen sind. Hierzu zählen im Wesentlichen Pacht-, Miet- und Nutzungsentgelte sowie Abschreibungen.

### 11 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten umfassen alle verursachten Vertriebs Einzel- und Vertriebsgemeinkosten. Darunter fallen Personal-, Material- und Abschreibungsaufwendungen sowie sonstige Aufwendungen des Vertriebsbereichs. Zudem werden in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den Vertriebskosten Forschungs- und Entwicklungskosten erfasst. Diese betragen im Berichtsjahr TEUR 1.600 (Vj.: TEUR 1.403).

### 12 Verwaltungskosten

Die Verwaltungskosten umfassen die Personal- und Sachkosten der zentralen Verwaltungsbereiche, die nicht mit Produktion/ Technik, Vertrieb oder Forschung und Entwicklung in Verbindung stehen.

In den Verwaltungskosten sind Aufwendungen in Höhe von TEUR 17.237 enthalten, die in Verbindung mit dem erfolgten Börsengang stehen.

### 13 Sonstige betriebliche Erträge

Die Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Erträge zeigt die nachfolgende Tabelle:

In TEUR	2010	2009
Erträge aus der Veränderung von Beteiligungen	61.388	706
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen sowie der Ausbuchung von Verbindlichkeiten	5.498	3.658
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	1.709	1.563
Erträge aus Serviceleistungen	883	1.755
Erträge aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	782	937
Übrige sonstige betriebliche Erträge	6.521	5.059
<b>Gesamt</b>	<b>76.781</b>	<b>13.678</b>

In den Erträgen aus dem Abgang von Beteiligungen ist im Berichtsjahr hauptsächlich die Neubewertung der Altanteile an der türkischen Holding enthalten. Vergleiche hierzu Abschnitt 6 Unternehmenserwerbe und Veräußerungen.

## 14 Sonstige betriebliche Aufwendungen

Nachfolgend werden die sonstigen betrieblichen Aufwendungen untergliedert:

In TEUR	2010	2009
Aufwendungen aus der Bildung von Wertberichtigungen bzw. aus der Ausbuchung von Forderungen und sonstigen Vermögenswerten	3.304	4.309
Aufwand aus dem Abgang von Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögensgegenständen	1.626	1.800
Periodenfremde Aufwendungen	1.599	430
Wertminderung auf Goodwill	0	4.002
Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	1.776	1.319
<b>Gesamt</b>	<b>8.305</b>	<b>11.860</b>

## 15 Finanzergebnis

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Zusammensetzung des Finanzergebnisses:

In TEUR	2010	2009
<b>Finanzerträge</b>	<b>12.191</b>	<b>2.306</b>
Erträge aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten	6.063	0
Erträge aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten	4.648	0
Zinserträge aus Krediten und Forderungen	1.278	1.907
Sonstige Finanzerträge	203	399
<b>Finanzaufwendungen</b>	<b>-65.029</b>	<b>-49.585</b>
Zinsaufwand aus Ausleihungen und Verbindlichkeiten	-49.437	-45.859
Zinsaufwand aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten	-8.098	-1.546
Zinsaufwand aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten	-6.469	-67
Sonstige Finanzaufwendungen	-1.025	-2.113
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-52.837</b>	<b>-47.279</b>

Die Zinserträge bzw. -aufwendungen aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten enthalten die Währungsgewinne bzw. -verluste aus der Umrechnung der in Euro gewährten langfristigen Darlehen in der Türkei und Polen.

In den Zinserträgen bzw. -aufwendungen aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten sind die Veränderungen der Marktwerte der freistehenden Zinsswaps sowie die Wertänderung des nicht als Sicherungsinstrument designierten Teils des Collar enthalten.



## 16 Ertragsteuern

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten Steuern vom Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Sie setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	2010	2009
Aufwand aus laufenden Ertragsteuern	9.514	9.549
- davon für Vorjahre	-378	-1.465
Ertrag aus latenten Steuern	-9.550	-19.120
- davon für Vorjahre	0	-442
<b>Aufwand (+)/Ertrag (-)</b>	<b>-36</b>	<b>-9.571</b>

Die Veränderungen der im sonstigen Ergebnis erfassten Transaktionen und der darauf entfallenden latenten Steuern sind in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt:

2010			
In TEUR	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	-7.171	0	-7.171
Absicherung von Zahlungsströmen	6.637	-1.950	4.687
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	-1.465	444	-1.021
<b>Sonstige Ergebnis</b>	<b>-1.999</b>	<b>-1.506</b>	<b>-3.505</b>
2009			
In TEUR	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	623	0	623
Absicherung von Zahlungsströmen	-10.268	3.303	-6.965
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	-235	94	-141
<b>Sonstige Ergebnis</b>	<b>-9.880</b>	<b>3.398</b>	<b>-6.483</b>

Die Berechnung der latenten Steuern erfolgt auf Basis der in den jeweiligen Ländern gültigen Steuersätze. Sie liegen in einer Bandbreite von 19 Prozent bis 35 Prozent (Vj.: von 19 % bis 35 %).

Latente Steuern auf Konsolidierungsvorgänge werden mit dem Steuersatz von 32,5 Prozent (Vj.: 31,7 %) berechnet. Er setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent, dem Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent und einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 16,6 Prozent (Vj.: 15,88 %). Die Anpassung des Steuersatzes von 31,7 Prozent auf 32,5 Prozent resultiert aus der ab dem Erhebungszeitraum 2011 wirksamen Anhebung des Gewerbesteuerhebesatzes der Stadt Köln auf 475 Prozent (Vj.: 450 %).

Die Steuerabgrenzungen sind folgenden Bilanzposten zuzuordnen:

In TEUR	31.12.2010		31.12.2009	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	3.153	80.683	2.789	66.587
Sachanlagen	223	21.946	2	18.165
Finanzanlagen	121	599	10	41
Forderungen, sonstige finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte	7.793	4.851	5.693	2.440
Vorräte	97	33	0	9
Pensionsrückstellungen	1.914	652	1.732	964
Sonstige Rückstellungen	3.580	2.452	5.875	6.899
Verbindlichkeiten	13.626	9.430	9.158	6.777
<b>Latente Steuern</b>	<b>30.507</b>	<b>120.646</b>	<b>25.259</b>	<b>101.882</b>
Verlust- und Zinsvorträge	37.001	0	31.649	0
<b>Gesamt</b>	<b>67.508</b>	<b>120.646</b>	<b>56.908</b>	<b>101.882</b>
Saldierungen	-58.997	-58.997	-26.307	-26.307
<b>Bilanzansatz</b>	<b>8.511</b>	<b>61.649</b>	<b>30.601</b>	<b>75.575</b>

Zum 31. Dezember 2010 bestehen steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 190.834 (Vj.: TEUR 226.813). Darüber hinaus besteht ein Zinsvortrag zum 31. Dezember 2010 in Höhe von TEUR 29.079 (Vj.: 11.297). Von der Gesamtsumme der steuerlichen Verluste und des Zinsvortrags wurden für TEUR 24.634 (Vj.: TEUR 41.808) keine aktiven latenten Steuern gebildet. Die auf ausländische Konzerngesellschaften entfallenden Verlustvorträge verfallen in den nachfolgend aufgeführten Jahren:

Jahr	Betrag in TEUR
2011	1.509
2012	1.509
2013	3.937
2014	5.562
2015	3.776
2016	647

Nach Wertberichtigung wurden für Verlustvorträge in Höhe von TEUR 9.403 aktive latente Steuern gebildet, obwohl die Gesellschaften, denen diese Verlustvorträge zuzuordnen sind, in den Jahren 2009 oder 2010 Verluste erzielt haben. Auf der Basis von Planungsrechnungen der betroffenen Gesellschaften gehen wir davon aus, dass wir diese Verlustvorträge aufgrund entsprechend hoher zu versteuernder Einkommen in Zukunft nutzen können.

Gemäß IAS 12 sind latente Steuern auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem in der Konzernbilanz erfassten anteiligen Eigenkapital einer Tochtergesellschaft und dem Beteiligungsbuchwert für diese Tochtergesellschaft in der Steuerbilanz der Muttergesellschaft zu bilden, wenn mit der Realisierung zu rechnen ist (Outside Basis Differences). Im Konzernabschluss wurden in diesem Zusammenhang latente Steuern für die Beteiligungen gebildet, aus denen in naher Zukunft mit Ausschüttungen zu rechnen ist.

Insgesamt wurden latente Steuerverbindlichkeiten auf Outside Basis Differences in Höhe von TEUR 262 (Vj.: TEUR 0) passiviert.

Für Outside Basis Differences in Höhe von TEUR 536.021 (Vj.: TEUR 497.640) wurden keine latenten Steuern gebildet, da die Gesellschaft für diese Beteiligungen den zeitlichen Verlauf der Umkehrung der temporären Differenzen steuern kann und sich diese temporären Differenzen wahrscheinlich künftig nicht umkehren werden.

Aus der Ausschüttung von Dividenden durch den Konzern an die Anteilseigner ergeben sich weder in 2010, noch 2009 ertragsteuerliche Konsequenzen.

Die Überleitung zwischen dem erwarteten Steueraufwand und dem tatsächlichen Steueraufwand zeigt die nachfolgende Übersicht:

In TEUR	2010	2009
Jahresergebnis vor Ertragsteuern nach IFRS	55.724	-8.344
Konzernertragsteuersatz	31,70 %	31,70 %
Erwarteter Ertragsteueraufwand im Geschäftsjahr	17.664	-2.645
Auswirkungen von Steuersatzänderungen	1.046	-18
Gewerbsteuerliche Hinzurechnungen/Kürzungen	2.672	2.980
Auswirkungen von im Geschäftsjahr erfassten Steuern aus Vorjahren	378	-1.907
Auswirkungen wegen abweichender Steuersätze	-145	-47
Auswirkungen steuerfreier Erträge	-21.037	-940
Auswirkungen permanenter Effekte aus der Konsolidierung	582	319
Auswirkungen von nicht abziehbaren Betriebsausgaben	2.574	3.599
Auswirkungen von Nichtansatz und nachträglichem Ansatz aktiver latenter Steuern	0	-12.788
Ansatz steuerlicher Zinsvortrag	-3.675	0
Korrektur steuerlicher Verlustvorträge	-433	1.736
Sonstige Abweichungen	338	140
<b>Gesamter Steueraufwand (+)/Steuerertrag (-)</b>	<b>-36</b>	<b>-9.571</b>

Die Auswirkungen steuerfreier Erträge betreffen im Wesentlichen die Neubewertung der Altanteile im Geschäftsfeld Türkei (TEUR 18.893).

## 17 Erläuterungen zum Ergebnis je Aktie

In TEUR	2010	2009
Unverwässerter Ergebnisanteil der Aktionäre der Ströer Out-of-Home Media AG	53.908	-390
In Tausend	2010	2009
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien zum 31.12.	32.120	23.552
Effekte aus begebenen Bezugsrechten	2.205	4.152
Effekte aus Verpflichtung zum Kauf eigener Anteile	252	0
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien zum 21.12. (verwässert)	34.577	27.704

Die Verwässerung des Ergebnisses je Aktie resultiert aus den im Rahmen der Finanzierung des Erwerbs der Anteile an der DSM Deutsche Städte Medien GmbH ausgegebenen Bezugsrechten, die am 12. Juli 2010 ausgeübt wurden. Die Verwässerung ist eingetreten, da diese Bezugsrechte zu einem Kurs unter dem Emissionskurs des IPO ausgegeben wurden. Der Erlös aus der Aktienausgabe wurde so behandelt als wäre er im Zuge der Emission von Stammaktien zum Emissionskurs angefallen.

Die Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln im Jahr 2010 ist rückwirkend auf die Berechnung des Ergebnisses je Aktie für das Jahr 2009 angewandt worden.

## 18 Sonstige Angaben

### Personalaufwand

In den Umsatz-, Verwaltungs- und Vertriebskosten sind Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 97.785 (Vj.: TEUR 82.280) enthalten.

Die Anzahl der Mitarbeiter im Durchschnitt des Geschäftsjahres war wie folgt:

Anzahl	2010	2009
Angestellte	1.563	1.352
Arbeiter	67	95
<b>Gesamt</b>	<b>1.630</b>	<b>1.447</b>

In der Gesamtzahl sind anteilmäßig 51 Mitarbeiter (Vj.: 203) von quotal einbezogenen Gemeinschaftsunternehmen enthalten.

### Abschreibungen

Die in den Umsatz-, Verwaltungs- und Vertriebskosten enthaltenen Abschreibungen sind in den Anlagespiegeln unter Abschnitt 19 und 20 ersichtlich. Zu den Wertminderungen wird auf die Erläuterungen im Abschnitt 19 verwiesen.

### Leasing

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind Aufwendungen aus Operating-Leasingverhältnissen in folgender Höhe enthalten:

In TEUR	2010	2009
Raummieten	5.290	5.268
Fahrzeugleasing	2.370	2.290
Leasing EDV Hard- und Software	934	901
Gebäudeleasing	612	507
Mieten/Leasing Einrichtungen	428	429
<b>Gesamt</b>	<b>9.634</b>	<b>9.395</b>

### Währungseffekte

Im Berichtsjahr wurden Aufwendungen aus Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 345 (Vj.: Erträge in Höhe von TEUR 75) in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

## Erläuterungen zur Bilanz

### 19 Immaterielle Vermögenswerte

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte im Berichtsjahr und im Vorjahr ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

In TEUR	Rechte und Lizenzen	Goodwill	Geleistete Anzahlungen	Entwicklungs- kosten	Gesamt
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>					
<b>Anfangsstand 1.1.2009</b>	<b>284.441</b>	<b>186.647</b>	<b>1.320</b>	<b>2.958</b>	<b>475.366</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	12.276	-593	0	0	11.683
Zugänge	664	0	948	1.202	2.814
Umbuchungen	1.902	0	-1.643	-66	193
Abgänge	-1.239	0	-201	-53	-1.493
Währungsumrechnungsdifferenzen	23	11	15	0	49
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>298.067</b>	<b>186.065</b>	<b>439</b>	<b>4.041</b>	<b>488.612</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	99.002	60.398	33	0	159.433
Zugänge	938	0	348	2.192	3.478
Umbuchungen	262	0	-210	-12	40
Abgänge	-14.339	0	-46	-123	-14.508
Währungsumrechnungsdifferenzen	245	0	6	0	251
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>384.175</b>	<b>246.463</b>	<b>570</b>	<b>6.098</b>	<b>637.306</b>
<b>Abschreibungen/Auflösungen</b>					
<b>Anfangsstand 1.1.2009</b>	<b>65.575</b>	<b>1.866</b>	<b>0</b>	<b>295</b>	<b>67.736</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-9	0	0	0	-9
Abschreibungen	24.314	4.002	0	195	28.511
Abgänge	-927	0	0	0	-927
Währungsumrechnungsdifferenzen	19	11	0	0	30
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>88.972</b>	<b>5.879</b>	<b>0</b>	<b>490</b>	<b>95.341</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-682	0	0	0	-682
Abschreibungen	26.206	0	0	406	26.612
Abgänge	-13.505	0	0	-7	-13.512
Währungsumrechnungsdifferenzen	-179	0	0	0	-179
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>100.812</b>	<b>5.879</b>	<b>0</b>	<b>889</b>	<b>107.580</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2009</b>	<b>209.095</b>	<b>180.186</b>	<b>439</b>	<b>3.551</b>	<b>393.270</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2010</b>	<b>283.363</b>	<b>240.584</b>	<b>570</b>	<b>5.209</b>	<b>529.726</b>

Die Werthaltigkeitsprüfung für die kommunalen Werberechtskonzessionen führte zu einem Wertminderungsaufwand im Jahr 2009 in Höhe von TEUR 6.065, der in den Umsatzkosten enthalten ist.

Im Rahmen der Analyse der kommunalen Werberechtskonzessionen auf außerplanmäßigen Abwertungsbedarf wurde im Vorjahr eine Werthaltigkeitsprüfung auf Basis der geplanten Cash-Flows vorgenommen.

Die der Werthaltigkeitsprüfung zugrunde liegenden wesentlichen Prämissen sind in der folgenden Tabelle enthalten.

	31.12.2009
Wachstumsrate	1 %
Abzinsungssatz vor Steuern	11,2 %
Abzinsungssatz nach Steuern	8,2 %



Die im Jahr 2009 wertberichtigten Vermögenswerte sind dem Segment Ströer Deutschland zugeordnet gewesen.

Alle im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Goodwills wurden im Geschäftsjahr einem Werthaltigkeitstest unterzogen.

Die nachstehende Tabelle gibt eine Übersicht über die Zuordnung der Goodwills zu zahlungsmittelgenerierenden Einheiten sowie die in den Werthaltigkeitstest eingeflossenen Annahmen:

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Ströer Polen	blowUP-Gruppe
<b>Buchwert 31.12.2009</b>	<b>171.341</b>	<b>4.334</b>	<b>0</b>	<b>4.511</b>
Veränderung Konsolidierungskreis (ohne Wechselkurseffekte)	146	43.378	19.865	0
Wechselkurseffekte in Veränderung Konsolidierungskreis	0	-2.991	0	0
<b>Buchwert 31.12.2010</b>	<b>171.487</b>	<b>44.721</b>	<b>19.865</b>	<b>4.511</b>
Detailplanungszeitraum (in Jahren)	5	4	5	5
Umsatzwachstum nach Ende des Detailplanungszeitraums	1 %	5 %	1 %	1 %
Zinssatz (vor Steuern)	10,7 %	18,6 %	11,7 %	9,6 %

Der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wird auf Basis von Cash-Flow-Prognosen mit Stichtag zum 30. September jeden Jahres ermittelt, die auf von der Unternehmensleitung genehmigten Finanzplänen basieren. Diese verabschiedeten Finanzpläne spiegeln die Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung im Detailplanungszeitraum (auf Basis des Unternehmenskonzepts sowie der Erwartungen hinsichtlich der allgemeinen Marktentwicklung) wider. Dabei wurde auf Basis detaillierter Planungen hinsichtlich der zukünftig erwarteten Marktannahmen, Erlöse und Aufwendungen zunächst die Plangröße EBITDA ermittelt. Diese Plangröße wurde in einem zweiten Schritt unter Hinzuziehung der geplanten Investitionen und Working-Capital-Veränderungen in einen Plan-Cash-Flow transformiert.

Für Zwecke der Überprüfung der Goodwill auf ihre Werthaltigkeit wurde der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten als erzielbarer Betrag bestimmt. Der für die Cash-Flow-Prognose verwendete Abzinsungssatz wurde unter Heranziehung von Marktdaten der Peer-Group ermittelt und ist abhängig von dem wirtschaftlichen Umfeld, in dem die Cash-Flows generiert werden. So wurden für zahlungsmittelgenerierende ausländische Einheiten gesonderte Zinssätze auf Basis der lokalen Besonderheiten berechnet.

Die Bestimmung der Wachstumsrate der ewigen Rente erfolgt auf Basis der langfristigen konjunkturellen Erwartungen sowie den Erwartungen hinsichtlich der Inflationsentwicklung in den jeweiligen Märkten. Zur Ermittlung dieser Wachstumsraten werden Informationen von Zentralbanken, Wirtschaftsforschungsinstituten und offiziellen Stellungnahmen der jeweiligen Regierungen herangezogen und ausgewertet.

Wir haben den Umsatz als wesentlichen Parameter identifiziert, der die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts treibt. Im Rahmen einer Szenarioanalyse haben wir untersucht, um wie viel Prozent die geplanten Umsätze unterschritten werden könnten, bevor ein Impairmentbedarf entsteht. Die Analyse hat ergeben, dass erst dann ein Impairmentbedarf entsteht, wenn die geplanten Umsätze bis zum Ende der Detailplanungszeiträume deutlich unterschritten werden.

## 20 Sachanlagen

Die Entwicklung der Sachanlagen ist dem folgenden Anlagespiegel zu entnehmen.

In TEUR	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>					
<b>Anfangsstand 1.1.2009</b>	<b>13.716</b>	<b>139</b>	<b>298.468</b>	<b>18.563</b>	<b>330.886</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	-1.026	0	-1.026
Zugänge	112	387	21.904	3.724	26.127
Umbuchungen	11	0	6.630	-6.834	-193
Abgänge	-17	-1	-11.409	-1.675	-13.102
Währungsumrechnungsdifferenzen	3	0	530	18	551
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>13.825</b>	<b>525</b>	<b>315.097</b>	<b>13.796</b>	<b>343.243</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-248	188	12.839	836	13.615
Zugänge	168	0	27.615	6.713	34.496
Umbuchungen	0	0	1.068	-1.108	-40
Abgänge	0	0	-9.608	-1.123	-10.731
Währungsumrechnungsdifferenzen	66	43	3.777	169	4.055
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>13.811</b>	<b>756</b>	<b>350.788</b>	<b>19.283</b>	<b>384.638</b>
<b>Abschreibungen/Auflösungen</b>					
<b>Anfangsstand 1.1.2009</b>	<b>2.550</b>	<b>138</b>	<b>144.154</b>	<b>0</b>	<b>146.842</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	-669	0	-669
Abschreibungen	449	70	25.034	0	25.553
Umbuchungen	0	0	-534	534	0
Zuschreibungen	0	0	-2	0	-2
Wertveränderungen*	0	0	221	0	221
Abgänge	-12	-2	-9.752	0	-9.766
Währungsumrechnungsdifferenzen	-4	2	209	2	209
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>2.983</b>	<b>208</b>	<b>158.661</b>	<b>536</b>	<b>162.388</b>
Veränderung Konsolidierungskreis	-469	-104	-10.811	-225	-11.609
Abschreibungen	568	49	26.691	0	27.308
Umbuchungen	0	0	-479	479	0
Zuschreibungen	0	0	0	0	0
Wertveränderungen*	0	0	0	0	0
Abgänge	0	0	-7.699	-147	-7.846
Währungsumrechnungsdifferenzen	32	8	1.342	24	1.406
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>3.114</b>	<b>161</b>	<b>167.705</b>	<b>667</b>	<b>171.647</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2009</b>	<b>10.842</b>	<b>317</b>	<b>156.436</b>	<b>13.260</b>	<b>180.854</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2010</b>	<b>10.697</b>	<b>595</b>	<b>183.083</b>	<b>18.616</b>	<b>212.990</b>

\* Die Wertveränderungen resultieren aus Anpassungen des Abzinsungssatzes für die Diskontierung der Rückbaukosten.

Die anderen Anlagen beinhalten vor allem Werbeträger (Restbuchwert 2010: TEUR 175.109; Vj.: TEUR 148.968).

Im Geschäftsjahr wurden Investitionszulagen gemäß Investitionszulagengesetz (InvZuG) in Höhe von TEUR 215 (Vj.: TEUR 108) als Minderung der Anschaffungskosten erfasst.

Als Erträge aus Schadenersatz für die Beschädigung oder Zerstörung von Gegenständen des Anlagevermögens wurden TEUR 745 (Vj.: TEUR 772) erfasst.

## 21 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Die folgende Übersicht zeigt die Entwicklung des Buchwerts der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilie im Berichtszeitraum:

In TEUR	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilie
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>	
Anfangsstand 1.1.2009	2.129
Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010	2.129
Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011	2.129
<b>Abschreibungen/Auflösungen</b>	
Anfangsstand 1.1.2009	323
Abschreibungen	276
Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010	599
Abschreibungen	20
Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011	619
<b>Bilanzwert 31.12.2009</b>	<b>1.530</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2010</b>	<b>1.510</b>

Der beizulegende Zeitwert der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilie ist der Betrag, der durch Verkauf der Immobilie in einer Transaktion zu Marktbedingungen zwischen sachverständigen, vertragswilligen Parteien erzielt werden könnte. Der zum Stichtag beizulegende Zeitwert der Immobilie wurde durch einen unabhängigen und zugelassenen Sachverständigen mit TEUR 1.600 ermittelt (Vj.: TEUR 1.530).

Die Wertermittlung fand auf Basis einer Ertragswertermittlung nach Maßgabe von § 17 Abs. 1 Immobilienwertverordnung statt. Dabei ergeben der Bodenwert und der Gebäudeertragswert den beizulegenden Zeitwert. Der Ertragswert richtet sich dabei in erster Linie nach den Marktverhältnissen.

Die wesentlichen Bewertungsparameter sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Bodenrichtwert	250 Euro/qm
Miete	2,50 – 8,00 Euro/qm
Liegenschaftszinssatz	6,0 %

Im Berichtszeitraum wurden Mieteinnahmen aus als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien in Höhe von TEUR 185 (Vj.: TEUR 182) erzielt. Direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen sind im Geschäftsjahr in Höhe von TEUR 46 (Vj.: TEUR 49) entstanden.

## 22 Finanzanlagen

Die Entwicklung der Finanzanlagen an nicht börsennotierten Gesellschaften ist im folgenden Anlagespiegel dargestellt.

In TEUR	Beteiligungen
<b>Anschaffungs- oder Herstellungskosten</b>	
Anfangsstand 1.1.2009	510
Zugänge	5
Abgänge	-394
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>121</b>
Zugänge	0
Abgänge	-25
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>96</b>
<b>Abschreibungen/Auflösungen</b>	
Anfangsstand 1.1.2009	367
Abgänge	-367
<b>Endstand 31.12.2009/Anfangsstand 1.1.2010</b>	<b>0</b>
Abschreibungen	0
<b>Endstand 31.12.2010/Anfangsstand 1.1.2011</b>	<b>0</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2009</b>	<b>121</b>
<b>Bilanzwert 31.12.2010</b>	<b>96</b>

Die Entwicklung der Buchwerte dieser Beteiligungen ist in der obigen Tabelle aufgeführt. Für diese Beteiligungen besteht kein aktiver Markt. Eine verlässliche Ermittlung des Fair Values wäre nur im Rahmen von konkreten Verkaufsverhandlungen möglich. Eine Veräußerung der Anteile ist zurzeit nicht vorgesehen.

## 23 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Einzelwertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich wie folgt entwickelt:

In TEUR	2010	2009
<b>Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres</b>	<b>4.155</b>	<b>5.083</b>
Zuführungen (erfolgswirksam)	3.125	2.259
Auflösungen (erfolgswirksam)	-1.570	-1.257
Inanspruchnahmen	-1.426	-1.895
Währungsumrechnungseffekte	31	-12
Konsolidierungskreisänderungen	-1.319	0
Sonstige Veränderungen	0	-23
<b>Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres</b>	<b>2.996</b>	<b>4.155</b>

Die pauschalierten Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich wie folgt entwickelt:

In TEUR	2010	2009
<b>Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres</b>	<b>563</b>	<b>681</b>
Zuführungen (erfolgswirksam)	3	168
Auflösungen (erfolgswirksam)	-124	-297
Währungsumrechnungseffekte	0	8
Konsolidierungskreisänderungen	-206	0
Sonstige Veränderungen	0	3
<b>Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres</b>	<b>236</b>	<b>563</b>

Im Rahmen von Einzelwertberichtigungen wurden zum Stichtag Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit einem Brutto-rechnungsbetrag in Höhe von TEUR 3.426 (Vj.: TEUR 4.885) wertberichtigt. Nach Abzug der Einzelwertberichtigungen in Höhe von TEUR 2.996 (Vj.: TEUR 4.155) beträgt der Buchwert dieser Forderungen zum Stichtag TEUR 430 (Vj.: TEUR 730).

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte der überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die noch nicht wert-gemindert wurden.

In TEUR	Überfällig seit				
	1–30 Tagen	31–60 Tagen	61–90 Tagen	91–180 Tagen	mehr als 180 Tagen
31.12.2010	8.699	3.467	2.584	4.199	4.117
31.12.2009	11.400	1.749	908	1.491	3.226

Für überfällige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 3.136 bestehen Garantien durch Dritte.

Hinsichtlich des weder wertgeminderten, noch in Zahlungsverzug befindlichen Bestands der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

Der Betrag der als Sicherheit für bestehende Finanzverbindlichkeiten dienenden Forderungen ist in Abschnitt 30 Finanzverbind-lichkeiten angegeben.

## 24 Sonstige finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte

Eine Aufteilung der langfristigen finanziellen und nicht finanziellen Vermögenswerte zeigt die nachfolgende Übersicht:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>		
Sonstige Ausleihungen	1.569	1.500
Restkaufpreisforderungen aus dem Verkauf von Konzernunternehmen	400	800
Andere langfristige finanzielle Vermögenswerte	193	259
<b>Gesamt</b>	<b>2.162</b>	<b>2.559</b>
<b>Nicht finanzielle Vermögenswerte</b>		
Abgegrenzte Auszahlungen	5.741	3.428
Andere langfristige sonstige Vermögenswerte	288	87
<b>Gesamt</b>	<b>6.029</b>	<b>3.515</b>



Die kurzfristigen finanziellen und nicht finanziellen Vermögenswerte setzen sich folgendermaßen zusammen:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>		
Forderungen gegen bestehende und ehemalige Gesellschafter der Konzerngesellschaften	2.967	3.618
Debitorische Kreditoren	1.691	2.139
Sonstige Ausleihungen	469	884
Restkaufpreisforderungen aus dem Verkauf von Konzernunternehmen	400	300
Kautionen	356	729
Andere finanzielle Vermögenswerte	2.133	786
<b>Gesamt</b>	<b>8.016</b>	<b>8.456</b>
<b>Nicht finanzielle Vermögenswerte</b>		
Abgegrenzte Auszahlungen	10.950	6.287
Forderungen aus Steuern	6.790	5.746
Sonstige geleistete Anzahlungen	6.330	6.610
Forderungen aus Investitionszulagen	570	855
Andere sonstige Vermögenswerte	1.081	464
<b>Gesamt</b>	<b>25.721</b>	<b>19.962</b>

Die Wertberichtigungen auf finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte betreffen die Kategorie „Kredite und Forderungen“ und haben sich wie folgt entwickelt:

In TEUR	2010	2009
<b>Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres</b>	<b>1.364</b>	<b>226</b>
Zuführungen (erfolgswirksam)	43	1.338
Auflösungen (erfolgswirksam)	-15	-9
Inanspruchnahmen	-81	-193
Währungsumrechnungseffekte	0	2
Sonstige Veränderungen	45	0
<b>Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres</b>	<b>1.356</b>	<b>1.364</b>

Im Rahmen von Einzelwertberichtigungen wurden zum Stichtag finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte mit einem Nominalbetrag in Höhe von TEUR 2.310 (Vj.: TEUR 2.406) wertberichtigt. Nach Abzug der Einzelwertberichtigungen in Höhe von TEUR 1.356 (Vj.: TEUR 1.364) beträgt der Buchwert dieser Forderungen zum Stichtag TEUR 954 (Vj.: TEUR 1.042).

Die folgende Tabelle zeigt den Buchwert der überfälligen finanziellen und nicht finanziellen Vermögenswerte, die noch nicht wertgemindert wurden.

In TEUR	Überfällig seit				
	1–30 Tagen	31–60 Tagen	61–90 Tagen	91–180 Tagen	mehr als 180 Tagen
31.12.2010	1.582	26	2	11	38
31.12.2009	2.385	40	4	97	121

Hinsichtlich des weder wertgeminderten, noch in Zahlungsverzug befindlichen Bestands der kurzfristigen finanziellen und nicht finanziellen Vermögenswerte deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden.

## 25 Vorräte

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	4.931	3.932
Fertige Erzeugnisse und Waren	144	154
<b>Gesamt</b>	<b>5.075</b>	<b>4.085</b>

Die als Aufwand in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Vorräte betragen TEUR 2.346 (Vj.: TEUR 5.275).

## 26 Zahlungsmittel

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Bankguthaben	106.027	57.157
Kassenbestände	94	100
<b>Gesamt</b>	<b>106.120</b>	<b>57.257</b>

Der als Sicherheit für bestehende Finanzverbindlichkeiten begebene Betrag der ausgewiesenen Bankguthaben ist Abschnitt 30 Finanzverbindlichkeiten zu entnehmen.

In den Bankguthaben sind Tages- und Termingelder in Höhe von TEUR 83.299 (Vj.: TEUR 46.246) enthalten. Die erzielten Zinssätze bewegen sich in einer Spanne von 0,05 Prozent bis 0,8 Prozent (Vj.: 0,05 % bis 3,6 %).

Bankguthaben in Höhe von TEUR 3.400 (Vj.: TEUR 0) unterliegen kurzfristigen Verfügungsbeschränkungen. Hierbei handelt es sich um den Teil des Kaufpreises für die Akquisition der News Outdoor Poland, der bis zur finalen Festsetzung des Kaufpreises treuhänderisch gebunden ist.

## 27 Eigenkapital

Die Entwicklung der einzelnen Bestandteile des Eigenkapitals im Berichtsjahr und im Vorjahr ergibt sich aus der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung.

### Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital erhöhte sich von TEUR 512 um TEUR 41.586 auf TEUR 42.098.

Für die Erhöhung sind die im Folgenden beschriebenen Kapitalmaßnahmen verantwortlich:

Am 25. Juni 2010 hat die Gesellschaft eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln durchgeführt. Dabei wurden TEUR 14.043 aus den Gewinnrücklagen und TEUR 8.997 aus der Kapitalrücklage in das gezeichnete Kapital umgliedert. Gleichzeitig wurde das bedingte Kapital von TEUR 90 auf TEUR 4.156 erhöht.

Am 12. Juli 2010 wurde das bedingte Kapital in Höhe von TEUR 4.156 gegen Zahlung von TEUR 90 ausgeübt. Der Differenzbetrag zwischen der Kapitalerhöhung und der Kapitaleinzahlung wurde aus den Gewinnrücklagen dotiert. Das Bedingte Kapital I ist nach Ausgabe aller damit verbundenen Anteile erloschen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 wurden die bisher ausgegebenen Vorzugsaktien in Stammaktien umgewandelt.

Am 14. Juli 2010 wurde im Wege der Kapitalerhöhung gegen Bareinlage das gezeichnete Kapital um TEUR 13.750 erhöht.

Am 17. August 2010 wurde das mit Hauptversammlungsbeschluss vom 13. Juli 2010 geschaffene Genehmigte Kapital II teilweise in Höhe von TEUR 640 im Zuge der Greenshoe-Option ausgeübt.

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

<b>Ausstehende Aktien am 1.1.2010</b>	<b>512.000</b>
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	23.040.000
Ausübung des Bedingten Kapitals I	4.156.238
Kapitalerhöhung gegen Bareinlage	13.750.000
Kapitalerhöhung aus Genehmigtem Kapital II (Greenshoe)	640.000
<b>Ausstehende Aktien am 31.12.2010</b>	<b>42.098.238</b>

Die nachfolgenden Angaben sind im Wesentlichen der Satzung der Ströer Out-of-Home Media AG entnommen.

#### Genehmigtes Kapital I

Der Vorstand ist 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 Ausgabetrags 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 Aktienaussgabe entscheidet der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats.

#### **Genehmigtes Kapital II**

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 31. Dezember 2010 einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu TEUR 1.791 durch Ausgabe von insgesamt bis zu 1.790.624 neuen auf den Inhaber lautenden Stammaktien gegen Bareinlagen und/oder Sacheinlagen zu erhöhen.

Die Ausgabe der neuen Aktien ist nur zulässig, um eine beim Börsengang der Gesellschaft mit den Emissionsbanken vereinbarte Greenshoe-Option erfüllen zu können. Das Bezugsrecht der Aktionäre ist ausgeschlossen. Der Aufsichtsrat ist ermächtigt, nach Ausnutzung des genehmigten Kapitals oder Ablauf der Frist für die Ausnutzung des genehmigten Kapitals die Fassung der Satzung entsprechend anzupassen.

Nachdem am 17. August 2010 das Genehmigte Kapital II teilweise in Höhe von TEUR 640 im Zuge der Greenshoe-Option ausgeübt wurde, beträgt das Genehmigte Kapital II noch TEUR 1.151.

#### **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 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 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.

#### **Kapitalrücklage**

Die Kapitalrücklage enthält Aufgelder aus der Ausgabe von Anteilen und Optionsrechten zum Erwerb von Anteilen. Die Veränderung im Vergleich zum Vorjahr beruht auf den Aufgeldern aus den im Jahr 2010 durchgeführten Kapitalerhöhungen sowie der Umgliederung im Zuge der Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln.

Die den Kapitalerhöhungen direkt zurechenbaren Kosten in Höhe von TEUR 3.603 (Vj.: TEUR 0), gemindert um die damit verbundenen Ertragsteuervorteile in Höhe von TEUR 1.166 (Vj.: TEUR 0), sind erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet worden.

#### **Gewinnrücklage**

Die Gewinnrücklagen umfassen die in der Vergangenheit erzielten und nicht ausgeschütteten Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen.

#### **Kumuliertes übriges Konzernergebnis**

Im kumulierten übrigen Konzernergebnis werden Differenzen aus der Umrechnung von Fremdwährungsabschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Effekte aus der Bewertung von in Sicherungsbeziehungen stehenden derivativen Finanzinstrumenten nach Verrechnung der auf sie entfallenden latenten Steuern erfasst.

Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuerverbindlichkeiten auf Bewertungsergebnisse von in Sicherungsbeziehungen stehenden derivativen Finanzinstrumenten belaufen sich auf insgesamt TEUR 3.717 (Vj.: TEUR 5.668)

#### **Anteile ohne beherrschenden Einfluss**

Die Anteile ohne beherrschenden Einfluss umfassen die Fremddanteile am konsolidierten Eigenkapital der einbezogenen Gesellschaften.

#### **Verpflichtung zum Kauf eigener Anteile**

Die Gesellschaft hat nicht beherrschenden Gesellschaftern von Tochterunternehmen Put-Optionen gewährt, die bei Eintritt vertraglich bestimmter Bedingungen zu einer Kaufverpflichtung für den nicht beherrschenden Anteil führt. Für diese Verpflichtungen sind Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 17.109 dotiert worden.

#### **Gewinnverwendungsvorschlag**

Die Gewinnverwendung bestimmt sich nach den handels- und aktienrechtlichen Vorschriften, die der Ermittlung des Bilanzgewinns der Ströer Out-of-Home Media AG zugrunde liegen.

Im Geschäftsjahr 2010 weist der Jahresabschluss der Ströer Out-of-Home Media AG einen Jahresfehlbetrag von TEUR 21.406 und einen Bilanzgewinn von TEUR 40.325 aus.

Es wird der Hauptversammlung am 15. Juni 2011 vorgeschlagen, den Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 20.325 den Gewinnrücklagen zuzuführen und einen Betrag von TEUR 20.000 auf neue Rechnung vorzutragen.

Im Geschäftsjahr 2010 wurde eine Dividende von TEUR 3 an die Vorzugsaktionäre ausgezahlt.

Das Kapitalmanagement des Ströer Konzerns ist darauf ausgelegt, die Fortführung und das Wachstum des Unternehmens sicherzustellen sowie die Attraktivität für Kapitalgeber und Marktteilnehmer zu erhalten und auszubauen. Um dies zu gewährleisten, wird seitens des Vorstands die Fremdkapitalhöhe und -struktur fortlaufend überwacht. Zentrale Bestandteile der internen Steuerung sind die Planung und laufende Überwachung des operativen Ergebnisses (Operational EBITDA), um optimale Finanzierungsbedingungen zu erhalten und somit die Zinsbelastung zu minimieren. Das in das generelle Kapitalmanagement einbezogene Fremdkapital setzt sich zusammen aus Finanzverbindlichkeiten (inklusive positiver bzw. negativer Marktwerte aus Zinssicherungsgeschäften) und den sonstigen Verbindlichkeiten wie in der Konzernbilanz ausgewiesen. Darüber hinaus überwacht der Vorstand die Eigenkapitalquote des Konzerns. Hierbei entspricht das der Berechnung der Eigenkapitalquote



zugrunde gelegte Eigenkapital dem in der Bilanz ausgewiesenen Eigenkapital unter Einschluss der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter.

Zusätzlich erfolgt die Überwachung des Eigenkapitals auf Ebene der jeweiligen Einzelgesellschaften im Rahmen der Überwachung der Einhaltung der Mindestkapitalanforderungen zur Vermeidung von insolvenzrechtlichen Konsequenzen. Das in diesem Zusammenhang überwachte Eigenkapital entspricht dem nach handelsrechtlichen Vorschriften ausgewiesenen Eigenkapital.

Im Rahmen der Konzernfinanzierung durch Bankdarlehen orientiert sich der Ströer Konzern an einer externen Steuerungsgröße in Form des maximal erlaubten Verschuldungsgrads. Dieser spezifische Verschuldungsgrad ist definiert als Nettoverschuldung im Verhältnis zum operativen Ergebnis vor Zinsen und Abschreibung (Operational EBITDA). Die relevante Steuerungsgröße wird dem Vorstand im Rahmen regelmäßiger Reportings zur Beurteilung vorgelegt. Der zulässige Nettoverschuldungsgrad wurde im Berichtsjahr und im Vorjahr eingehalten.

Es gab keine sonstigen Veränderungen der Kapitalmanagementstrategie im Vergleich zum Vorjahr.

## 28 Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen

Bei den wesentlichen existierenden Pensionsplänen handelt es sich um leistungsorientierte Pensionszusagen, bei denen die Pensionsverpflichtung von den Bezügen des jeweiligen Mitarbeiters bei Renteneintritt abhängig ist oder auf der Zusage eines festen Betrags beruht. Da die versicherungsmathematischen Gewinne bzw. Verluste sofort bei ihrer Entstehung erfolgsneutral erfasst werden, entspricht der Anwartschaftsbarwert der Pensionszusagen und pensionsähnlichen Verpflichtungen abzüglich des vorhandenen Planvermögens der in der Bilanz ausgewiesenen Pensionsrückstellung.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen leiten sich wie folgt ab:

In TEUR	2010	2009
Anwartschaftsbarwert 1.1.	20.069	19.722
Dienstzeitaufwand	388	539
Zinsaufwand	1.042	1.105
Versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	1.465	235
Pensionszahlungen	-1.713	-1.532
Veränderungen im Konsolidierungskreis	66	0
Andere Veränderungen	0	0
<b>Anwartschaftsbarwert 31.12./Bilanzwert</b>	<b>21.317</b>	<b>20.069</b>

Plankürzungen sind im laufenden Geschäftsjahr nicht zu verzeichnen.

Die Aufteilung der Anwartschaften nach ihrem Finanzierungsstatus zeigt folgende Tabelle:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Nicht finanzierte Anwartschaften	20.876	20.069
In voller Höhe finanzierte Anwartschaften	441	0
<b>Summe</b>	<b>21.317</b>	<b>20.069</b>

Es wurden Sensivitäten mit einem halben Prozentpunkt über und unter dem verwendeten Zinssatz gerechnet. Eine Veränderung des Zinssatzes um +0,5 Prozentpunkte würde sich zum Bilanzstichtag mit TEUR -965 auf die Anwartschaftsbarwerte auswirken; eine Veränderung um -0,5 Prozentpunkte mit TEUR +1.056.

Der Ermittlung des Barwerts der Versorgungsansprüche lagen die nachfolgend aufgeführten Prämissen zugrunde:

Konzern (in %)	2010	2009
Zinssatz	4,95	5,68
Rententrend	1,00	1,00
Gehaltstrend	2,00	2,00
Fluktuationsrate	4,50	4,50

In der folgenden Tabelle werden die Bestandteile der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Aufwendungen für Versorgungsleistungen dargestellt:

In TEUR	2010	2009
Dienstzeitaufwand	388	539
Zinsaufwand	1.042	1.105
Aufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	1.430	1.644
Aufwendungen für gesetzliche Rentenversicherungsbeiträge	5.345	5.080
<b>Gesamtaufwendungen für Versorgungsleistungen</b>	<b>6.775</b>	<b>6.724</b>

Der Zinsaufwand aus Pensionsverpflichtungen wird im Zinsergebnis, der Dienstzeitaufwand im Personalaufwand ausgewiesen. Die versicherungsmathematischen Gewinne bzw. Verluste werden sofort erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst.

Die kumulierten, direkt im Eigenkapital erfassten versicherungsmathematischen Gewinne (+) und Verluste (-) betragen nach Steuern zum Stichtag TEUR 1.084 (Vj.: TEUR 2.067).

Die erfahrungsbedingten Anpassungen stellen sich wie folgt dar:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtung	21.758	20.069	19.722	20.817	23.416
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens	-441	0	0	0	0
<b>Barwert der nicht gedeckten Verpflichtungen</b>	<b>21.317</b>	<b>20.069</b>	<b>19.722</b>	<b>20.817</b>	<b>23.416</b>
<b>Gewinn/Verlust der Periode aus</b>					
Erfahrungsbedingten Anpassungen der Planschulden	-20	-111	-91	97	380
Anpassungen versicherungsmathematischer Annahmen	1.485	346	-823	-2.510	-1.217

## 29 Sonstige Rückstellungen

Die Rückstellungen haben sich im Geschäftsjahr wie folgt entwickelt:

In TEUR	1.1.2010	Währungs- änderung	Änderung des Konsoli- dierungs- kreises	Zuführung	Effekte aus Aufzinsung und Zinssatz- änderung	Verbrauch	Auflösung	31.12.2010
Abbauverpflichtungen	10.980	20	304	6.295	463	-1.236	-434	16.392
davon langfristig	10.980							14.235
Personalbereich	14.028	18	0	9.013	6	-14.008	-20	9.037
davon langfristig	192							212
Übrige	10.440	6	289	1.102	24	-1.033	-3.290	7.538
davon langfristig	648							1.063
<b>Summe</b>	<b>35.448</b>	<b>44</b>	<b>593</b>	<b>16.410</b>	<b>493</b>	<b>-16.263</b>	<b>-3.744</b>	<b>32.967</b>

In den Rückstellungen im Personalbereich sind Tantiemen und Prämien an Mitarbeiter sowie Verpflichtungen aus Abfindungszahlungen enthalten.

Der Berechnung der Rückstellung für Abbauverpflichtungen liegen die voraussichtlich anfallenden Abbaukosten zugrunde. Die Abzinsung der Rückstellung erfolgte mit einem Zinssatz von 3,3 Prozent (Vj.: 4,2 %).

Die übrigen sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen zur Vorsorge für rechtliche Risiken sowie für Kundenbonifikationen und Archivierungskosten gebildet.

### 30 Finanzverbindlichkeiten

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Buchwert	
	31.12.2010	31.12.2009
Darlehensverbindlichkeiten	408.038	533.167
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	118	538
Derivative Finanzinstrumente	18.406	22.181
<b>Gesamt</b>	<b>426.562</b>	<b>555.886</b>

Im Juli 2010 wurde die bestehende Finanzierung neu strukturiert und mit den Kapitalmarktanforderungen des Konzerns in Übereinstimmung gebracht.

Der syndizierte Kredit mit einem bisherigen Volumen von TEUR 470.000 wurde um TEUR 75.000 reduziert; gleichzeitig wurde die Laufzeit bis zum 30. Juni 2014 verlängert. Im Zuge der Refinanzierung wurde ebenfalls die Verzinsung angepasst. Zukünftig wird der Kredit mit einer variablen Marge auf den EURIBOR verzinst, die sich in Abhängigkeit von einer Kennzahl in der Bandbreite zwischen 325 Basispunkte und 400 Basispunkte bewegt. Zum 31. Dezember 2010 beträgt die Marge 375 Basispunkte (Vj.: 300bp).

Die Nachrangdarlehen mit einem bisherigen Volumen von TEUR 42.541 wurden um TEUR 21.191 reduziert. Gleichzeitig wurde die Laufzeit der Nachrangdarlehen bis zum 30. Dezember 2014 verlängert.

Das in der Türkei bestehende Darlehen mit einem Volumen von TEUR 51.000 wurde im September 2010 vollständig zurückgeführt.

Für die Restrukturierung der Finanzierung sind Transaktionskosten in Höhe von TEUR 6.602 angefallen, die von den Buchwerten der Darlehen in Abzug gebracht worden sind.

Zur Besicherung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten wurden Vermögenswerte sicherungsübereignet, abgetreten und verpfändet. Die Buchwerte dieser Vermögenswerte stellen sich wie folgt dar:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Immaterielle Vermögenswerte	0	17.046
Sachanlagen	0	158.343
Vorräte	0	2.220
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	16.648	31.220
Bankguthaben	91.416	41.647
<b>Gesamt</b>	<b>108.064</b>	<b>250.476</b>

Die sicherungsweise Abtretung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen kann bei Vorliegen eines Zahlungsverzugs auf fällige Forderungen aus dem Facility Agreement durch den Sicherungsnehmer verwertet werden. Dabei besteht keine Beschränkung hinsichtlich der Höhe, des Zeitpunkts oder des Umfangs der Verwertung.

Die sicherungsweise Abtretung der Bankguthaben kann bei Vorliegen eines Zahlungsverzugs auf fällige Forderungen aus dem Facility Agreement durch den Sicherungsnehmer verwertet werden, sofern die Bedingungen der §§ 1273, 1204ff. BGB erfüllt sind. Ein vollstreckbarer Titel im Sinne des § 1277 BGB muss nicht vorliegen. Die Verwertung der sicherungsweise abgetretenen Bankguthaben ist unzulässig, sofern die Ausübung zu einer Verletzung einschlägiger Kapitalerhaltungsvorschriften oder sonstiger zwingender gesetzlicher Vorschriften führen würde.

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	17.109	4.716
Kontokorrentverbindlichkeiten	4.385	4.331
Zinsverbindlichkeiten	4.265	5.358
Verbindlichkeiten gegenüber stillen Gesellschaftern	0	3.654
Sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	9.391	5.596
Derivative Finanzinstrumente	4.019	2.853
<b>Gesamt</b>	<b>39.170</b>	<b>26.507</b>

#### Verbindlichkeiten gegenüber stillen Gesellschaftern

Die zum 31. Dezember 2009 bestehenden Einlagen stiller Gesellschafter in Höhe von TEUR 3.654 sind im Jahr 2010 in vollem Umfang zurückgeführt worden.

Aufgrund der vertraglichen Regelungen waren die stillen Gesellschafter an den stillen Reserven des Unternehmens beteiligt, sodass die Rückführung über den Nominalbetrag von TEUR 4.140 erfolgte. Der Differenzbetrag zwischen Nominal- und Buchwert ist in den Finanzaufwendungen erfasst worden.

### 31 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43.982	39.813
Abgegrenzte Verbindlichkeiten aus ausstehenden Rechnungen	23.633	11.124
<b>Gesamt</b>	<b>67.615</b>	<b>50.937</b>

### 32 Sonstige Verbindlichkeiten

Die kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Verbindlichkeiten aus Steuern	15.895	10.497
Abgegrenzte Einzahlungen	8.266	12.236
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	6.968	2.991
<b>Gesamt</b>	<b>31.129</b>	<b>25.724</b>

## Sonstige Erläuterungen

### 33 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung wird gemäß IAS 7 „Kapitalflussrechnungen“ aufgestellt und zeigt die Mittelzu- und -abflüsse im Laufe des Geschäftsjahres, gegliedert nach den Zahlungsströmen aus betrieblicher Tätigkeit, Investitionstätigkeit und Finanzierungstätigkeit.

Die Darstellung der Zahlungsströme aus operativer Tätigkeit erfolgt mittels der indirekten Methode, indem der Jahresüberschuss um nicht zahlungswirksame Vorgänge korrigiert wird. Darüber hinaus werden Sachverhalte eliminiert, die dem Cash-Flow aus Investitionstätigkeit oder Finanzierungstätigkeit zuzurechnen sind.

Im Cash-Flow aus operativer Tätigkeit sind insgesamt TEUR 203 an erhaltenen Dividenden enthalten (Vj.: TEUR 244).

Neben den im Cash-Flow aus investiver Tätigkeit enthaltenen Beträgen sind im Geschäftsjahr 2010 insgesamt Transaktionen in Höhe von TEUR 3.280 abgeschlossen worden, die zu einer Erhöhung des Anlagevermögens geführt haben, ohne dass hierfür im Berichtsjahr liquide Mittel eingesetzt worden sind.

Der Finanzmittelfonds umfasst die in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel. Die Zahlungsmittel setzen sich aus den Kassenbeständen und Guthaben bei Kreditinstituten zusammen.

Zu den verpfändeten Bankguthaben im Rahmen der Besicherung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten wird auf Abschnitt 30 Finanzverbindlichkeiten verwiesen.

### 34 Segmentberichterstattung

#### Berichterstattung nach operativen Segmenten

Ströer hat zwei berichtspflichtige Segmente identifiziert, die entsprechend der geographischen Ausrichtung der Geschäftsfelder eigenständig organisiert und geführt werden.

Im Vergleich zum Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 wurden die Bezeichnungen der operativen Segmente wie folgt geändert: Das Segment „SMD“ wurde in „Ströer Deutschland“, das Segment „Türkei“ in „Ströer Türkei“ und das Segment „Übrige Sonstige“ in „Sonstige“ umbenannt.

#### Ströer Deutschland

Das Segment Ströer Deutschland umfasst das gesamte inländische Geschäft des Konzerns in den Bereichen Street Furniture, Billboard, Transport und Sonstige.

#### Ströer Türkei

Dieses Segment umfasst die gesamten Tätigkeiten des Konzerns in der Türkei in den Bereichen Street Furniture, Billboard und Transport.

#### Sonstige

Dieses Segment umfasst die Aktivitäten des Konzerns in den Bereichen Street Furniture, Billboard, Transport und Sonstige in Polen sowie die Aktivitäten des Konzerns im Riesenpostergeschäft in Westeuropa.



Die Informationen der nicht berichtspflichtigen Segmente werden in der Spalte „Sonstige“ zusammengefasst.

Die interne Steuerung und Berichterstattung basiert auf den im Abschnitt 1 Allgemeine Informationen beschriebenen Grundsätzen der Rechnungslegung nach IFRS.

Der Konzern misst den Erfolg seiner Segmente anhand der intern definierten Ergebnisgröße Operational EBITDA. Diese Größe stellt aus Sicht des Vorstands die am besten geeignete Information zur Beurteilung der wirtschaftlichen Leistung der einzelnen Segmente dar.

Die Segmentergebnisgröße Operational EBITDA setzt sich zusammen aus dem Bruttoergebnis vom Umsatz, den Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten sowie dem sonstigen betrieblichen Ergebnis. Die Segmentergebnisgröße wird um bestimmte Bereinigungseffekte korrigiert.

Als Bereinigungseffekte hat der Konzern Aufwendungen und Erträge aus Änderungen im Beteiligungspotfolio, Reorganisations- und Restrukturierungsmaßnahmen, Kapitalstrukturmaßnahmen und sonstige außerordentliche Aufwendungen und Erträge definiert.

Die Aufteilung der Bereinigungseffekte nach einzelnen Klassen stellt sich wie folgt dar:

In TEUR	2010	2009
Aufwendungen und Erträge aus Änderungen des Beteiligungspotfolios	-61.990	60
Aufwendungen und Erträge aus Kapitalstrukturmaßnahmen	11.849	162
Reorganisations- und Restrukturierungsaufwendungen	8.393	4.976
Sonstige außerordentliche Aufwendungen und Erträge	6.511	1.186

Erlöse zwischen den Segmenten werden zu den Preisen berechnet, wie sie auch mit Konzernfremden vereinbart würden.

Die Zurechnung der Umsätze zu den geographischen Regionen erfolgt nach dem Bestimmungslandprinzip (d. h. geographischer Standort des Endkunden), die Zurechnung der langfristigen Vermögenswerte nach dem Standortprinzip.

In der Überleitungsrechnung von den Segment- auf die Konzernwerte werden Informationen ausgewiesen, die Konzerneinheiten zugeordnet sind, die nicht die Definition eines Segments erfüllen (zentrale Posten). Darüber hinaus werden Effekte aus der Konsolidierung in der Überleitung eliminiert (Eliminierung).

Im Bereich der Umsatzerlöse beinhaltet die Überleitung der Umsatzerlöse aller Segmente zu den Umsatzerlösen des Konzerns ausschließlich Konsolidierungseffekte.

Die Überleitung der Segmentergebnisgröße sowie der Segmentvermögenswerte auf die im Konzernabschluss enthaltenen Werte stellt sich wie folgt dar:

Größe	2010	2009
<b>Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)</b>	<b>135.518</b>	<b>107.183</b>
Zentrale Posten	-8.226	-6.977
Eliminierungen	-28	-178
<b>Operational EBITDA Konzern</b>	<b>127.264</b>	<b>100.028</b>
Bereinigungseffekte	35.236	-6.711
<b>EBITDA</b>	<b>162.500</b>	<b>93.317</b>
Abschreibungen	-53.939	-50.338
Aufwendungen für Wertminderungen	0	-4.002
Finanzierungserträge	12.192	2.306
Finanzierungsaufwendungen	-65.029	-49.584
At-Equity-Ergebnisse	0	-43
<b>Konzernergebnis vor Ertragsteuern</b>	<b>55.724</b>	<b>-8.344</b>

Der Konzern hat auf Basis der von ihm angebotenen Produkte und Dienstleistungen insgesamt vier Produktgruppen definiert.

#### Street Furniture

Die Produktgruppe Street Furniture umfasst vorwiegend standardisierte Werbeträger bis zu 2 qm, die sich in das städtische Umfeld einfügen.

#### Billboard

In der Produktgruppe Billboard werden die überwiegend großformatigen Werbeträger mit Werbeflächen bis zu 9 qm zusammengefasst, die sich in erster Linie an prominenten Standorten (zum Beispiel Ein- und Ausfallstraßen, Plätzen und öffentlichen Gebäuden) befinden. Darüber hinaus werden die Produkte des Riesenpostergeschäfts in dieser Produktgruppe zusammengefasst.

#### Transport

Die in dieser Produktgruppe zusammengefassten Werbeträger beinhalten die Werbung an bzw. in Verkehrsmitteln sowie die für den Einsatz auf Flughäfen bzw. Bahnhöfen speziell entwickelten (digitalen) Produktlösungen.

#### Sonstige

In dieser Produktgruppe werden alle Erlöse zusammengefasst, die aus Promotion- und Eventmedien sowie der Produktion bzw. Beschaffung von Werbemitteln im Rahmen des Full-Service-Angebots für Kunden resultieren.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden mit keinem Kunden Umsatzerlöse von mindestens 10 Prozent der gesamten Umsatzerlöse erzielt.

### 35 Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten

#### Finanzrisikomanagement und derivative Finanzinstrumente

Im Rahmen der operativen Tätigkeit ist der Konzern im Finanzbereich Kredit-, Liquiditäts- sowie Marktrisiken ausgesetzt. Die Marktrisiken betreffen insbesondere Zinsänderungs- und Währungsrisiken.

#### Kreditrisiko

Das Kreditrisiko liegt in der Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse von Kunden und Kontrahenten von Ströer begründet. Daraus entsteht zum einen die Gefahr des teilweisen oder vollständigen Ausfalls vertraglich vereinbarter Zahlungen und zum anderen von bonitätsbedingten Wertminderungen bei Finanzinstrumenten. Das maximale Ausfallrisiko ohne Berücksichtigung von Sicherheiten entspricht dem Buchwert.

Kreditrisiken resultieren überwiegend aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen. Zur Steuerung des Kreditrisikos werden die Forderungsbestände laufend überwacht. Kunden, die größere Geschäftsvolumina abschließen wollen, werden zuvor einer Bonitätsprüfung unterzogen; das Ausfallrisiko bewegt sich auf branchenüblichem Niveau. Dem verbleibenden Risiko wird durch Bildung von Wertberichtigungen Rechnung getragen. In geringem Ausmaß ist der Ströer Konzern Ausfallrisiken aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten ausgesetzt, die insbesondere Zahlungsmittel und derivative Finanzinstrumente umfassen.

Im Rahmen des Risikomanagements werden über die Fachabteilungen regelmäßig Analysen vorgenommen, ob sich insbesondere beim Kredit- oder Ausfallrisiko Risikokonzentrationen ergeben haben, die sich aus der Zusammenballung von Forderungen mit ähnlichen Charakteristika ergeben. Als ähnliche Charakteristika hat der Konzern festgelegt, dass sich hohe Forderungen gegen einen Debitor oder eine Gruppe von verbundenen Debitoren ergeben. Zum Stichtag 31. Dezember 2010 sind keine solchen Risikokonzentrationen mit wesentlichen Beträgen erkennbar.

#### Zinsänderungsrisiko

Zinsänderungsrisiken ist der Ströer Konzern im Wesentlichen im Bereich der langfristigen variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie hinsichtlich der vorhandenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ausgesetzt. Unternehmenspolitik ist es, dieses Risiko durch den Abschluss von Sicherungsgeschäften auszuschließen bzw. zu begrenzen. Durch den Einsatz von Zinsswaps wurden für den wesentlichen Teil der variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten die Zinssätze fixiert. Teilweise werden die Zinsswaps als Cash-Flow Hedges bilanziert. Zusätzlich trägt ein Collar zur Planungssicherheit im Zinsbereich bei. Gleichzeitig wird die Entwicklung des Zinsniveaus regelmäßig überwacht, um rechtzeitig auf Veränderungen reagieren zu können. Die Sicherungsmaßnahmen werden zentral koordiniert bzw. durchgeführt.

Die Nominal- und Marktwerte der am Bilanzstichtag bestehenden Zinssicherungsinstrumente sowie die Nominalwerte der in Hedge-Beziehung befindlichen Instrumente stellen sich wie folgt dar:

Derivat	Nominalvolumen	Laufzeitende	Beizulegender Zeitwert		Cash-Flow Hedge	Stand-Alone
			31.12.2010	31.12.2009		
Collar	100.000	April 2011	-717	-2.046	95.000	5.000
Zinsswap	51.000	Mai 2011	-937	-2.413	0	51.000
Zinsswap	300.000	Oktober 2012	-12.299	-13.556	300.000	0
Zinsswap	70.000	April 2013	-3.933	-3.988	0	70.000
Zinsswap	40.000	Januar 2015	-4.518	-4.184	0	40.000

Die Marktwerte der Zinsswaps, die eine Fälligkeit von länger als einem Jahr aufweisen, sind mit Ausnahme der Zinsabgrenzung in der Bilanz in den sonstigen langfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Die Zinsswaps werden zum jeweiligen Bilanzstichtag unter Nutzung der aktuellen Zinsstrukturkurven durch ein Discounted-Cash-Flow-Verfahren bewertet. Der Fair Value des Collar wurde jeweils auf Basis eines Optionsmodells unter Einbezug der am Markt beobachtbaren Zinsvolatilitäten und Zinsstrukturkurven berechnet.

Im Geschäftsjahr 2010 wurden bei Zinsswaps im Nominalwert von TEUR 75.000 die Sicherungsbeziehungen beendet, da aufgrund der Rückführung der gesicherten Finanzverbindlichkeiten mit dem Eintritt der gesicherten Transaktion nicht mehr gerechnet werden kann.

Im Geschäftsjahr 2010 wurden ein Bewertungserfolg von TEUR 1.132 erfolgsneutral in das Eigenkapital eingestellt (Vj.: TEUR 9.695), ein Betrag von TEUR 5.505 aus dem Eigenkapital in die Finanzaufwendungen umgegliedert (Vj.: TEUR 414).

Bei diesen Zinsswaps und bei dem Teil des Collar, die nun nicht mehr Teil einer Sicherungsbeziehung sind, wurde kein close-out vorgenommen und auch kein Gegengeschäft abgeschlossen, sodass für die Restlaufzeit dieser Zinsswaps ein Zinsrisiko existiert (sowohl Liquiditätsrisiko als auch Marktwertersisiko). Die Stand-Alone Swaps sind weder in ein Hedge Accounting nach IAS 39, noch in eine ökonomische Sicherungsbeziehung einbezogen.

Aus diesem Exposure können sich je nach Entwicklung des zukünftigen Zinsniveaus Auswirkungen auf das Ergebnis nach Steuern und die Cash-Flows ergeben. Bei einem schnelleren Anstieg des Zinsniveaus als dies vom Markt zum Stichtag erwartet wird, können sich positive Effekte auf diese beiden Positionen ergeben, während ein langsamerer Anstieg zu negativen Auswirkungen führen könnte.

Die Sensitivitätsanalyse des Zinsrisikos zeigt den Effekt einer Verschiebung der Zinsstrukturkurve um 100 Basispunkte nach oben und nach unten ceteris paribus auf das Periodenergebnis sowie auf die Rücklage für Derivate im Eigenkapital. Die Ergebnisse der Analyse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

In TEUR	31.12.2010		31.12.2009	
	+100bp	-100bp	+100bp	-100bp
Veränderung des Periodenergebnisses	752	-365	1.727	-1.916
Veränderung des kumulierten übrigen Eigenkapitals	5.572	-3.447	6.961	-7.248

### Währungsrisiko

Das Währungsrisiko hat im Konzern mit Ausnahme der konzerninternen Finanzierung in der Türkei und Polen nur eine untergeordnete Bedeutung. Die funktionale Währung der Gesellschaften in den Ländern, in denen der Konzern tätig ist, ist jeweils die Landeswährung.

Für Zwecke der Sensitivitätsanalyse werden Währungsrisiken aus monetären Finanzinstrumenten, die nicht in den funktionalen Währungen der einzelnen Gesellschaften des Ströer Konzerns abgeschlossen wurden, in die Analyse einbezogen. Effekte aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen in die Konzernberichts-währung (Euro) sind nicht in die Sensitivitätsanalyse nach IFRS 7 einzubeziehen.

Bei einer Aufwertung bzw. Abwertung des Euro gegenüber der Türkischen Lira um 10 Prozent zum 31. Dezember 2010 würden sich das Jahresergebnis um TEUR 4.906 (Vj.: TEUR 2.239), bei einer entsprechenden Aufwertung bzw. Abwertung des Euro gegenüber des Polnischen Zloty würden sich das Jahresergebnis um TEUR 3.010 (Vj.: TEUR 85) vermindern bzw. erhöhen. Diese Analyse wurde unter der Annahme durchgeführt, dass alle anderen Variablen, insbesondere die Zinssätze, unverändert bleiben.

### Liquiditätsrisiko

Unter Liquiditätsrisiko wird das Risiko verstanden, dass die Ströer AG nicht genügend Finanzmittel besitzt, um ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Dem Liquiditätsrisiko wird durch ein systematisches Liquiditätsmanagement begegnet. Eine auf einen festen Planungshorizont vorhandene Liquiditätsvorausschau und die vorhandenen, nicht ausgenutzten Kreditlinien stellen jederzeit die Liquiditätsversorgung sicher. Die folgende Übersicht zeigt die Liquiditätssituation sowie die vertraglichen Fälligkeiten der aus den finanziellen Verbindlichkeiten resultierenden Zahlungsströme zum 31. Dezember 2010 (dabei wurden für die Derivate auf Basis der Zinsstrukturkurve zum 31. Dezember 2010 die voraussichtlichen Zahlungsströme prognostiziert):

#### Vertragliche Fälligkeit der finanziellen Verbindlichkeiten inklusive Zinszahlungen zum 31.12.2010

In TEUR	Buchwert	< 1 Jahr	1–3 Jahre	3–5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Finanzverbindlichkeiten	426.198	35.285	485.167	308	90	520.850
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	67.615	67.615	0	0	0	67.615
Derivate mit Hedge-Beziehung	13.000	7.231	5.948	0	0	13.179
Derivate ohne Hedge-Beziehung	9.424	4.127	5.314	268	0	9.709
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	17.109	17.109	0	0	0	17.109
<b>Gesamt</b>	<b>533.347</b>	<b>131.367</b>	<b>496.429</b>	<b>576</b>	<b>90</b>	<b>628.462</b>

#### Vertragliche Fälligkeit der finanziellen Verbindlichkeiten inklusive Zinszahlungen zum 31.12.2009

In TEUR	Buchwert	< 1 Jahr	1–3 Jahre	3–5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Finanzverbindlichkeiten	552.644	46.629	82.347	543.438	29.387	701.801
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	50.068	50.068	0	0	0	50.068
Derivate mit Hedge-Beziehung	19.590	10.854	9.533	0	0	20.387
Derivate ohne Hedge-Beziehung	5.444	2.208	3.085	1.196	0	6.489
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	4.716	4.716	0	0	0	4.716
<b>Gesamt</b>	<b>632.462</b>	<b>114.475</b>	<b>94.965</b>	<b>544.634</b>	<b>29.387</b>	<b>783.461</b>



### Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

Die folgende Tabelle stellt den Buchwert und beizulegenden Zeitwert (Fair Value) der in den einzelnen Bilanzposten enthaltenen Finanzinstrumente nach Klassen sowie nach Bewertungskategorien des IAS 39 dar.

Wertansatz Bilanz nach IAS 39						
In TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert 31.12.2010	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- neutral	Fair Value erfolgs- wirksam	Fair Value 31.12.2010
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel	KuF	106.120	106.120			106.120
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	74.348	74.348			74.348
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	2.162	2.162			2.162
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	8.016	8.016			8.016
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvfV	96	96			n.a.
<b>Passiva</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzfA	67.615	67.615			67.615
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	408.156	408.156			408.156
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	18.042	18.042			18.042
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVebZ	9.424			9.424	9.424
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	FVzfA	17.109	17.109	0	0	17.109
Derivate mit Hedge-Beziehung <sup>1</sup>	n.a.	13.000		11.455	1.545	13.000
<b>Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:</b>						
Kredite und Forderungen (KuF)		190.646	190.646			190.646
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (ZVvfV)		96	96			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden (FVzfA)		510.922	510.922	0	0	510.922
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVebZ)		9.424			9.424	9.424

<sup>1</sup> Beizulegender Zeitwert vor Berücksichtigung latenter Steuern

Wertansatz Bilanz nach IAS 39						
In TEUR	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert 31.12.2009	Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgs- neutral	Fair Value erfolgs- wirksam	Fair Value 31.12.2009
<b>Aktiva</b>						
Zahlungsmittel	KuF	57.257	57.257			57.257
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	41.120	41.120			41.120
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	2.559	2.559			2.559
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	8.456	8.456			8.456
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvFV	121	121			n.a.
<b>Passiva</b>						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzfA	50.937	50.937			50.937
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	533.705	533.705			511.794
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	18.939	18.939			18.939
Derivate ohne Hedge-Beziehung	FVebZ	5.444			5.444	5.444
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	FVzfA	4.716	4.716	0	0	4.716
Derivate mit Hedge-Beziehung <sup>1</sup>	n.a.	19.590		17.508	2.082	19.590
<b>Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:</b>						
Kredite und Forderungen (KuF)		109.392	109.392			109.392
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (ZVvFV)		121	121			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden (FVzfA)		608.297	608.297			586.386
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVebZ)		5.444			5.444	5.444

<sup>1</sup> Beizulegender Zeitwert vor Berücksichtigung latenter Steuern

Aufgrund der kurzen Laufzeiten von Zahlungsmitteln, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, sonstigen finanziellen Vermögenswerten und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten wird angenommen, dass die beizulegenden Zeitwerte den Buchwerten entsprechen.

Die beizulegenden Zeitwerte der in den langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten enthaltenen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten werden als Barwerte des zukünftig erwarteten Cash-Flows ermittelt. Zur Diskontierung werden marktübliche Zinssätze, bezogen auf die entsprechenden Fristigkeiten, verwendet. Im Zuge der Refinanzierung Mitte 2010 wurde ebenfalls die Verzinsung auf eine variable Marge angepasst. Zum Stichtag wird daher angenommen, dass der Buchwert der langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten dem beizulegenden Zeitwert entspricht.

Die Stufen der Fair-Value-Hierarchie und ihre Anwendung auf die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten des Konzerns sind im Folgenden beschrieben:

- Stufe 1: Es sind notierte Marktpreise für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten an aktiven Märkten vorhanden.
- Stufe 2: Es existieren andere Informationen als notierte Marktpreise, die direkt (zum Beispiel Preis) oder indirekt (zum Beispiel abgeleitet aus Preisen) beobachtbar sind.
- Stufe 3: Informationen für Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren, sind vorhanden.

Derzeit werden im Konzernabschluss nur die derivativen Finanzinstrumente zum Fair Value bewertet. Diese Finanzinstrumente fallen in vollem Umfang ihrer Buchwerte in die Stufe 2.

Neben den Zinssicherungsinstrumenten, deren Bewertungsmethode bereits oben beschrieben worden ist, bestehen Put-Optionen über Anteile von Tochterunternehmen. Diese Put-Optionen werden auf Basis vertraglich festgelegter Bewertungsschemata zum Stichtag als Finanzverbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten neu bewertet. Inputdaten für diese Bewertung sind das Operational EBITDA für das abgelaufene Geschäftsjahr, die Nettofinanzverbindlichkeiten sowie ein Multiple. Der Wert dieser Finanzverbindlichkeit beträgt TEUR 17.109 (Vj.: TEUR 4.716).

Die folgende Tabelle stellt die in der Gewinn- und Verlustrechnung berücksichtigten Nettogewinne bzw. -verluste von Finanzinstrumenten, gegliedert nach den Bewertungskategorien des IAS 39 dar (ohne derivative Finanzinstrumente, die in ein Hedge-Accounting einbezogen sind):

In TEUR	2010	2009
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	-3.450	-1.546
Kredite und Forderungen	-1.327	-2.672
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
Zu Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	-1.857	97

Die Nettogewinne bzw. -verluste der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten beinhalten die Bewertungsergebnisse der als freistehende Derivate zu klassifizierenden Zinsswaps sowie die Wertänderung des nicht als Sicherungsinstrument designierten Teils des Collar.

Die Nettogewinne bzw. -verluste aus Krediten und Forderungen beinhalten Ergebnisse aus Wertminderungen (TEUR 1.482, Vj.: TEUR 2.700), Zuschreibungen und Währungsumrechnungseffekten.

Die Nettogewinne bzw. -verluste aus zu Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten Ergebnisse aus Währungsumrechnungseffekten sowie aus der Aufzinsung von Darlehen.

Der Gesamtzinsertrag für finanzielle Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, beträgt im Geschäftsjahr TEUR 1.278 (Vj.: TEUR 1.907). Der Gesamtzinsaufwand für finanzielle Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, beträgt im Geschäftsjahr TEUR 47.413 (Vj.: TEUR 44.342).

## 36 Eventualschulden und sonstige finanzielle Verpflichtungen

### Eventualschulden

Ein Konzernunternehmen ist zwecks zusätzlicher Altersversorgung seiner Arbeitnehmer Mitglied in einer städtischen Zusatzversorgungskasse. Aus der zwischen den Versorgungsverpflichtungen bzw. -anwartschaften und dem Kassenvermögen bestehenden Unterdeckung resultiert die Subsidiärhaftung aus Altersversorgung in Höhe von insgesamt TEUR 1.251 (Vj.: TEUR 1.323).

Aus der Natur der zugrunde liegenden Rechtsgeschäfte heraus bestehen für die aufgeführten Beträge Unsicherheiten hinsichtlich der Höhe und der Fälligkeit. Die aufgeführten Beträge stellen daher Maximalbeträge dar.

### Finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen aus den folgenden vertraglichen Vereinbarungen, deren Fälligkeit sich zum Bilanzstichtag wie folgt darstellt:

31.12.2010	In TEUR	Gesamtbetrag	davon mit Restlaufzeit		
			bis zu 1 Jahr	von 1–5 Jahren	über 5 Jahren
	Mindestpachten	753.613	81.344	298.275	373.994
	Standortmieten	278.634	53.881	186.120	38.633
	Sonstige Miet- und Leasingverpflichtungen	30.498	5.472	13.089	11.937
	Investitionsverpflichtungen	41.575	12.279	20.825	8.471
	Instandhaltungsleistungen	730	191	539	0

Im Vorjahr teilten sich die Verpflichtungen folgendermaßen auf:

31.12.2009	In TEUR	Gesamtbetrag	davon mit Restlaufzeit		
			bis zu 1 Jahr	von 1–5 Jahren	über 5 Jahren
	Mindestpachten	763.974	77.903	280.894	405.177
	Standortmieten	111.818	25.243	64.690	21.885
	Sonstige Miet- und Leasingverpflichtungen	34.303	5.688	14.560	14.055
	Investitionsverpflichtungen	21.457	12.075	9.016	366
	Instandhaltungsleistungen	1.196	465	731	0

## 37 Beziehungen zu nahe stehenden Personen und Unternehmen

Als nahe stehende Personen wurden der Vorstand und der Aufsichtsrat definiert. Nahe stehende Unternehmen umfassen neben den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen eine Vielzahl von Unternehmen, mit denen der Ströer Konzern im Rahmen seiner normalen Geschäftstätigkeit in Beziehung steht. Zu diesen Unternehmen zählen insbesondere diejenigen, an denen nahe stehende Personen mittelbar oder unmittelbar beteiligt sind, oder bei welchen sie der Geschäftsführung angehören.

Alle Geschäftsvorfälle mit nahe stehenden Personen und Unternehmen sind zu marktüblichen Bedingungen und Konditionen durchgeführt, wie sie auch mit konzernfremden Dritten üblich sind.

Die folgenden Geschäftsvorfälle zwischen dem Ströer Konzern und nahe stehenden Personen fanden im Geschäftsjahr 2010 statt:

Udo Müller ist Aktionär und Vorstandsvorsitzender der Ströer AG. Darüber hinaus ist er an Unternehmen beteiligt, von welchen der Ströer Konzern im Geschäftsjahr Leistungen in Höhe von TEUR 584 (Vj.: TEUR 545) erhalten hat. Bei den Leistungen handelt

es sich im Wesentlichen um Standortnutzungsrechte. Aus Geschäftsbeziehungen mit diesen Unternehmen resultierten zudem Erträge in Höhe von TEUR 765 (Vj.: TEUR 2.096). Die Erträge stammen überwiegend aus Vermarktungsprovisionen. Zum Bilanzstichtag sind aus diesen Geschäftsbeziehungen eine Forderung in Höhe von TEUR 107 (Vj.: TEUR 338) sowie eine Verbindlichkeit in Höhe von TEUR 46 (Vj.: TEUR 62) erfasst.

Die im Vorjahr noch bestehenden stillen Gesellschaftsverhältnisse mit Udo Müller sind im Jahr 2010 vollständig zurückgeführt worden. Zum 31. Dezember 2010 bestanden keine Leistungsverpflichtungen mehr. Die Verbindlichkeit aus der Rückzahlung der Einlage belief sich zum 31. Dezember 2009 auf TEUR 358. Die Verpflichtungen aus der Leistung von ergebnisabhängigen Entgelten aus dem stillen Gesellschaftsverhältnis beliefen sich zum 31. Dezember 2009 auf TEUR 3.

Dirk Ströer ist Aktionär und Mitglied des Aufsichtsrats der Ströer AG. Darüber hinaus ist er an Unternehmen beteiligt, zu denen im Geschäftsjahr Liefer- und Leistungsbeziehungen bestanden, die im Wesentlichen mit der Vermarktung von Werbeträgern und der Anmietung von Gebäuden im Zusammenhang stehen. Die erhaltenen Leistungen belaufen sich im Geschäftsjahr auf TEUR 19.515 (Vj.: TEUR 18.074); die erzielten Erträge betragen TEUR 1.558 (Vj.: TEUR 2.878). Forderungen bzw. Verbindlichkeiten, welche aus diesen Leistungsbeziehungen resultieren, bestehen zum 31. Dezember 2010 in Höhe von TEUR 1.943 (Vj.: TEUR 1.187) bzw. TEUR 206 (Vj.: TEUR 118).

Die im Vorjahr noch bestehenden stillen Gesellschaftsverhältnisse mit Dirk Ströer sind im Jahr 2010 vollständig zurückgeführt worden. Zum 31. Dezember 2010 bestanden keine Leistungsverpflichtungen mehr. Die Verbindlichkeit aus der Rückzahlung der Einlage belief sich zum 31. Dezember 2009 auf TEUR 3.296. Die Verpflichtungen aus der Leistung von ergebnisabhängigen Entgelten aus den stillen Gesellschaftsverhältnissen beliefen sich zum 31. Dezember 2009 auf TEUR 18.

Wolfgang Bornheim ist Aufsichtsratsmitglied der Ströer AG. Darüber hinaus ist er an Unternehmen beteiligt, von welchen der Ströer Konzern im Geschäftsjahr Leistungen in Höhe von TEUR 241 erhalten hat.

Aus Transaktionen mit der XOREX-Beteiligung resultieren im Geschäftsjahr Erträge in Höhe von TEUR 11 (Vj.: TEUR 189). Hieraus bestanden zum Stichtag offene Forderungen in Höhe von TEUR 10 (Vj.: TEUR 4).

### 38 Honorare für Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Als Aufwand für Dienstleistungen des Abschlussprüfers wurden im Geschäftsjahr 2010 gebucht:

In TEUR	2010	2009
Honorar des Abschlussprüfers:		
Honorare für Abschlussprüfungsleistungen	997	956
<i>davon Honorare anderer Abschlussprüfer</i>	18	14
Honorare für andere Bestätigungsleistungen	20	70
Honorare für Steuerberatungsleistungen	44	109
Honorare für sonstige Leistungen	270	7
<b>Gesamt</b>	<b>1.331</b>	<b>1.142</b>



### 39 Angaben zu § 264 Abs. 3 HGB

Die im Folgenden aufgeführten inländischen Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft nehmen die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts gemäß § 264 Abs. 3 HGB in Anspruch:

- DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt
- DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt
- Ströer DERG Media GmbH, Kassel
- Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln
- Ströer Infoscreen GmbH, Köln
- Ströer Media Deutschland GmbH, Köln
- Ströer Sales & Service GmbH, Köln
- Werbering Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Köln

### 40 Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Ströer AG haben am 21. März 2011 die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex für den Zeitraum vom 15. Juli bis 31. Dezember 2010 gemäß § 161 AktG abgegeben. Die Entsprechenserklärung wurde den Aktionären auf der Internetseite der Gesellschaft ([www.stroer.de](http://www.stroer.de)) dauerhaft zugänglich gemacht.

### 41 Aufwand aus Vergütungsvereinbarungen für Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

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

In TEUR	2010	2009
<b>Vorstand</b>		
Kurzfristig fällige Leistungen	2.862	2.400
Andere langfristig fällige Leistungen	650	0
<b>Gesamt</b>	<b>3.512</b>	<b>2.400</b>
<b>Aufsichtsrat</b>		
Kurzfristig fällige Leistungen	190	155
<b>Gesamt</b>	<b>190</b>	<b>155</b>

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter bzw. Aufwandsentschädigungen sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile und gewährte Sachbezüge. Langfristig fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen.

#### Aktienbasierte Vergütung

Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte Vergütung wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer Out-of-Home Media AG festgelegt. 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 (virtuelle Aktienoptionen). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart.

Die Vergütung verfällt bei Ausscheiden nur dann, wenn das Ausscheiden durch die Gesellschaft aufgrund eines wichtigen Grundes oder durch das betreffende Vorstandsmitglied selbst veranlasst worden ist.

Die Ermittlung des Werts der aktienbasierten Vergütung erfordert die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Für die auf das Jahr 2010 entfallenden virtuellen Aktienoptionen gehen wir davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums dem Referenzkurs entspricht. Darauf entfällt ein Betrag von TEUR 160 (Aufwand).

Für die Jahre 2010 und 2009 sind zusätzlich aktienbasierte Vergütungen für ein im Rahmen des Börsengangs beendetes und ausbezahltes virtuelles Aktienoptionsprogramm enthalten, welches den Begünstigten Anteile auf Basis eines EBITDA-Multiples gewährte. Im Jahr 2009 beträgt der Wert dieser aktienbasierten Vergütung TEUR 1.026; für das Jahr 2010 beträgt der aufwandswirksame Anteil dieser aktienbasierten Vergütung TEUR 8.646, der in Höhe von TEUR 1.465 aus der Gewährung neuer virtueller Anteile resultiert.

Zum 31. Dezember 2010 sind insgesamt TEUR 1.583 (Vj.: TEUR 7.294) als Verbindlichkeiten erfasst, davon TEUR 160 aus aktienbasierten Vergütungen (Vj.: TEUR 6.594, erdient). Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, den Sie im Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns auf Seite 56 finden.

## 42 Organe der Gesellschaft

Name	Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaft in anderen, Aufsichtsräten vergleichbaren Kontrollgremien
<b>Vorstand</b>		
Udo Müller (Vorsitzender)		Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul (Türkei)
Alfried Bührdel (Stellvertretender Vorsitzender)		Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S., Istanbul (Türkei)
Dirk Wiedenmann (ab 1. Mai 2010) (Vorstandsmitglied)		Kölner Aussenwerbung GmbH, Köln
<b>Aufsichtsrat</b>		
Dr. Wolfgang Bornheim (Vorsitzender) Steuerberater	LVS Beratungs- und Vertriebs AG, Bruchsal	Karl Storz GmbH & Co. KG, Tuttlingen Rickmers Reederei GmbH & Co. KG, Hamburg Mayersche Buchhandlung GmbH & Co. KG, Aachen
Prof. Dr. h.c. Dieter Stolte (Stellvertretender Vorsitzender) Mitglied des Vorstands der Axel Springer Stiftung, Berlin		ZDF Enterprises GmbH, Mainz
Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln		sevenload GmbH, Köln (bis 26. November 2010)
Dietmar Peter Binkowska Vorstandsvorsitzender der NRW.BANK AöR, Düsseldorf	GALERIA Kaufhof GmbH, Köln InCity Immobilien AG, München WestLB AG, Düsseldorf	BVT Equity Holdings, Inc., Atlanta (USA) (bis 31. Dezember 2010) Deka (Swiss) Privatbank AG, Zürich (Schweiz) (bis 31. Dezember 2010) Fiege Logistik AG, Münchenstein (Schweiz) Investitionsbank des Landes Brandenburg AöR, Potsdam
Dieter Keller Wirtschaftsprüfer und Steuerberater		
Martin Diederichs (ab 14. Mai 2010) Rechtsanwalt		DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Dr. Ihno Schneevoigt (bis 14. Mai 2010) Unternehmensberater		

### 43 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Schluss des Geschäftsjahres gab es keine Vorgänge von besonderer Bedeutung, über die berichtet werden müsste.

## Versicherung der gesetzlichen Vertreter

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

Köln, 25. März 2011



Udo Müller



Alfried Bührdel



Dirk Wiedenmann

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der Ströer Out-of-Home Media AG, Köln, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang – sowie den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung 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 Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns 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 des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Berichts über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns. 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 Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, 25. März 2011

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu  
Wirtschaftsprüfer

Kamann  
Wirtschaftsprüferin



## Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung

Überleitungsrechnung der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zu den nicht als IFRS-Wert ausgewiesenen Zahlen der Finanzberichte.

In Mio. EUR	Gewinn- und Verlustrechnung lt. IFRS	Umgliederung von Abschrei- bungen und Wertminde- rungs- aufwendungen	Umgliederung von Bereini- gungseffekten	Gewinn- und Verlust- rechnung nach Management Accounting
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>531,3</b>			<b>531,3</b>
Umsatzkosten	-332,5	48,4		-284,2
Vertriebskosten	-70,7			
Verwaltungskosten	-88,0			
Gemeinkosten	-158,7	5,6	27,3	-125,8
Sonstige betriebliche Erträge	76,8			
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8,3			
Sonstiges operatives Ergebnis	68,5		-62,6	5,9
<b>Operational EBITDA</b>				<b>127,3</b>
Abschreibungen		-53,9		-53,9
<b>Operational EBIT</b>				<b>73,3</b>
Sondereffekte			35,2	35,2
Finanzerträge	12,2			
Finanzaufwendungen	-65,0			
Finanzergebnis	-52,8			-52,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,0			0,0
Fehlbetrag aus aufgegebenen Geschäftsbereichen (ohne Steuern)	0,0			0,0
<b>Überschuss</b>	<b>55,8</b>			<b>55,8</b>

Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberechts- konzessionen	Bewertungs- effekte aus Derivaten	Währungs- effekte aus innerkonzern- lichen Finanzie- rungen	Steuer- normali- sierung	Sonstige	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2010	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2009
					531,3	469,8
					-284,2	-256,2
					-125,8	-119,3
					5,9	5,7
					127,3	100,0
24,0					-29,9	-28,9
					97,4	71,1
					35,2	-6,7
	3,4	0,4		0,2	-48,8	-46,5
			-15,4		-15,4	-7,8
					0,0	0,0
24,0	3,4	0,4	-15,4	0,2	33,2	16,8

STRÖER

Sensibilitätsstörung  
Schwindel  
**halbseitige Lähmung**  
Gehstörung  
Stand- und Gangunsicherheit

**Sehstörung**  
Taubheitsgefühl

heftige Kopfschmerzen  
**Sprachstörung**

herabhängender Mundwinkel



NOT  
**112**

Schlaganfall  
**Handle sofort**



Deutscher Schlaganfall Bund  
Bundesverband der Schlaganfall Betroffenen

STRÖER | **STRÖER** |   
multimediale outdoor media



## Plakate machen Schule

Als größtes Unternehmen der Außenwerbung sehen wir es auch als unsere Aufgabe an, unsere Medien und unser Know-how für zahlreiche nicht kommerzielle Projekte zur Verfügung zu stellen. So unterstützt Ströer 30 Universitäten in Deutschland mit eigens dafür entwickelten Seminaren unter dem Titel „Grundlagen und Praxis der Out-of-Home-Medien“. Gemeinsam mit Partnern aus der Industrie geht es um das Entwerfen von Plakaten und die Überprüfung ihrer Wirkung. Studenten erlernen dabei das Arbeiten unter Praxisbedingungen und kreieren Kampagnen, die überwiegend soziale Themen in den Vordergrund stellen. In München und Mainz entstanden zum Beispiel gemeinsam mit Hochschulen und Böhringer Ingelheim Plakate, die zur schnellen Hilfe bei Schlaganfällen aufforderten. Dank der Plakataktion wurde die Erkennung von Schlaganfallsymptomen in den Kampagnengebieten von 10 auf 50 Prozent gesteigert, die Bekanntheit der Notrufnummer erhöhte sich nachweislich auf 30 Prozent. In Bremen entwickelten wir mit der dortigen Universität Werbung für die Mitgliedschaft in Sportvereinen der Stadt, in Dresden arbeiteten Studenten der Technischen Universität im Frühjahr an der Kampagne „Das Pflegenetz des Staatsministeriums für Soziales und Verbraucherschutz“. An der Fachhochschule Mittelstand in Bielefeld entwarfen Studenten Kommunikationsmaßnahmen für die Stiftung Bethel, die sich für Körperbehinderte einsetzt. Zusammen mit dem Basketball-Team Deutsche Bank Skyliners unterstützen wir in Wiesbaden die Aktion „Basketball macht Schule“. Sie soll in Basketball-Schul-AGs die motorische Entwicklung von Kindern fördern sowie Spaß an Bewegung und gesunder Ernährung vermitteln.

VERANTWORTUNG









## Ströer betreut kleine Strolche

Wir bei Ströer sind davon überzeugt, dass sich Beruf und Kinder vereinbaren lassen. Deshalb haben wir 2006 die Ströer Kindertagesstätte „Ströer Strolche“ ins Leben gerufen. Sie ermöglicht unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ihre Kinder bis zum Übergang in den Regelkindergarten nahe an ihrem Arbeitsplatz betreuen zu lassen. Damit erleichtern wir den Eltern die Rückkehr in den Beruf und schenken ihnen die notwendige Flexibilität bei der Gestaltung ihrer Arbeitszeiten. Es ist aus unserer Sicht wichtig, dass junge Eltern sorgenfrei ihren beruflichen Aufgaben nachgehen können und gleichzeitig ihre Jüngsten gut versorgt wissen. In unserer KITA kümmern sich qualifizierte Betreuer und Pädagogen das ganze Jahr über von 8.00 bis 19.00 Uhr um die Kleinen. Auf insgesamt 300 qm drinnen und draußen finden die Kinder genug Platz zum Spielen und Toben. Es stehen aber auch Fördermaßnahmen, sportliche Betätigungen und das spielerische Erlernen von Sprachen auf dem Programm. Ausgearbeitet wurde das Konzept gemeinsam mit dem Essener Spezialisten KinderHut, der auch das kompetente Personal bereitstellt. Für das leibliche Wohl der Strolche ist ebenfalls gut gesorgt: Sie haben eine eigene Köchin, die ihnen täglich gesunde und vollwertige Mahlzeiten kocht.







## Ströer setzt Umweltzeichen

Mit unseren Produkten nehmen wir aktiv an der Gestaltung der Umwelt teil. Der schonende und nachhaltige Umgang mit unserem Umfeld ist daher eines unserer zentralen Anliegen und bildet eine wichtige Grundlage unseres Geschäfts. Gemeinsam mit namhaften Instituten und Technologieunternehmen, wie der Fachhochschule Nürnberg oder 3M, entwickeln wir neue energiesparende Lösungen für unsere Out-of-Home-Angebote. Unsere neuesten Produkte arbeiten bereits mit LEDs, OLEDs (organische LEDs) und sehr dünnen Leuchtstoffröhren. Energieeffizienz erreichen wir aber auch durch die optimale Geometrie der Anlagen, die eine homogene Ausleuchtung der Werbeträger ermöglicht. Darüber hinaus verwenden wir Beleuchtungsautomatiken, die eine energieeffiziente Steuerung von Leuchtmitteln ermöglichen. Installierte Astrouhren reagieren auf Sonnenauf- und -untergangszeiten und regeln damit die Energiezufuhr in sinnvoller Weise. An bestimmten Standorten wird zwischen 1.00 und 5.00 Uhr der Strom sogar komplett abgeschaltet. Alle online angebotenen Produkte melden automatisch den Ausfall eines Leuchtmittels. Ein Ersatz findet daher nur noch anlassbezogen statt und nicht mehr im Rahmen eines sonst üblichen turnusmäßigen Austauschs nach zwölf oder 18 Monaten. Wir verwenden bereits regenerative Energieformen bei der Energieversorgung von Stadtmöbeln. Eine wichtige Rolle spielt dabei vor allem die Nutzung der Sonnenenergie zur Stromgewinnung durch lautlose, platzsparende und wartungsarme Fotovoltaikanlagen. Aber auch in anderen Bereichen bemühen wir uns ständig um Verbesserungen. Die Säuberung unserer Werbeflächen können wir inzwischen mit entmineralisiertem Wasser durchführen, das schmutzbindende Eigenschaften hat und hervorragende Reinigungsergebnisse liefert. In Hamburg setzen wir bereits auf ein etabliertes Verfahren, mit dem wir die Verwendung von Reinigungschemikalien überflüssig machen und damit gleichzeitig das Grundwasser entlasten.









## Ströer hilft!

Ströer unterstützt soziale und kulturelle Anliegen im In- und Ausland. Dazu gehören langfristig angelegte Kooperationen ebenso wie kurzfristige Maßnahmen, wenn besondere Situationen rasche Hilfe erfordern. Bereits seit 2008 fördern wir die „Initiative Vermisste Kinder“ aus Hamburg. Auch 2010 haben wir der Initiative unsere Werbemedien zur Verfügung gestellt, um der Suche nach akut vermissten Kindern und Jugendlichen eine breitere Öffentlichkeit zu geben. Gerade mit unseren digitalen Angeboten an frequenzstarken Standorten und in öffentlichen Gebäuden sind wir in der Lage, die Arbeit der Initiative über die Veröffentlichung von Notrufnummern tatkräftig zu unterstützen. Durch die weitere Digitalisierung unserer Out-of-Home-Medien können wir bei der Fortsetzung dieser Kooperation künftig noch schneller und zielgenauer helfen. Wir engagieren uns regelmäßig sowohl in unserem unmittelbaren regionalen Umfeld, aber im Bedarfsfall auch überregional und international. Nach der Erdbebenkatastrophe in Haiti im Januar 2010 haben wir in Bielefeld eine Spendenkampagne unterstützt, die zirka 150.000 Euro finanzielle Hilfe für die Opfer einbrachte. Seit 2006 besteht eine Kooperation mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei. Viele unserer Mitarbeiter lassen sich seitdem bei regelmäßig stattfindenden Typisierungsaktionen als potenzielle Lebensspender in die Knochenmarkspenderdatei aufnehmen. Schon seit sieben Jahren unterstützen unsere polnischen Kollegen das „Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy“, das „Großorchester zur Weihnachtswohltätigkeit“. Die organisierende Stiftung fordert an einem landesweiten Aktionstag alle polnischen Mitbürger auf, in Eigenregie wohltätige Konzerte, Partys und andere Veranstaltungen auszurichten und Spendengelder zu sammeln. In der Türkei helfen die Mitarbeiter von Ströer Kentvyzion unter anderem der Stiftung „Lösev Lösemili Çocuklar Vakfı (LÖSEV)“, die Kindern mit Leukämie medizinische Versorgung sowie eine profunde schulische Ausbildung ermöglicht.



### IR-Kontakt

#### Ströer Out-of-Home Media AG

Stefan Hütwohl

Director Group Finance and Investor Relations

Ströer Allee 1 . 50999 Köln

+49 (0)2236 . 96 45-356 Telefon

+49 (0)2236 . 96 45-6356 Fax

ir@stroeer.de

### Pressekontakt

#### Ströer Out-of-Home Media AG

Claudia Fasse

Direktorin Konzern-Kommunikation

Ströer Allee 1 . 50999 Köln

+49 (0)2236 . 96 45-246 Telefon

+49 (0)2236 . 96 45-6246 Fax

cfasse@stroeer.de

### Impressum

#### Herausgeber

Ströer Out-of-Home Media AG

Ströer Allee 1 . 50999 Köln

+49 (0)2236 . 96 45-0 Telefon

+49 (0)2236 . 96 45-299 Fax

info@stroeer.com

Amtsgericht Köln

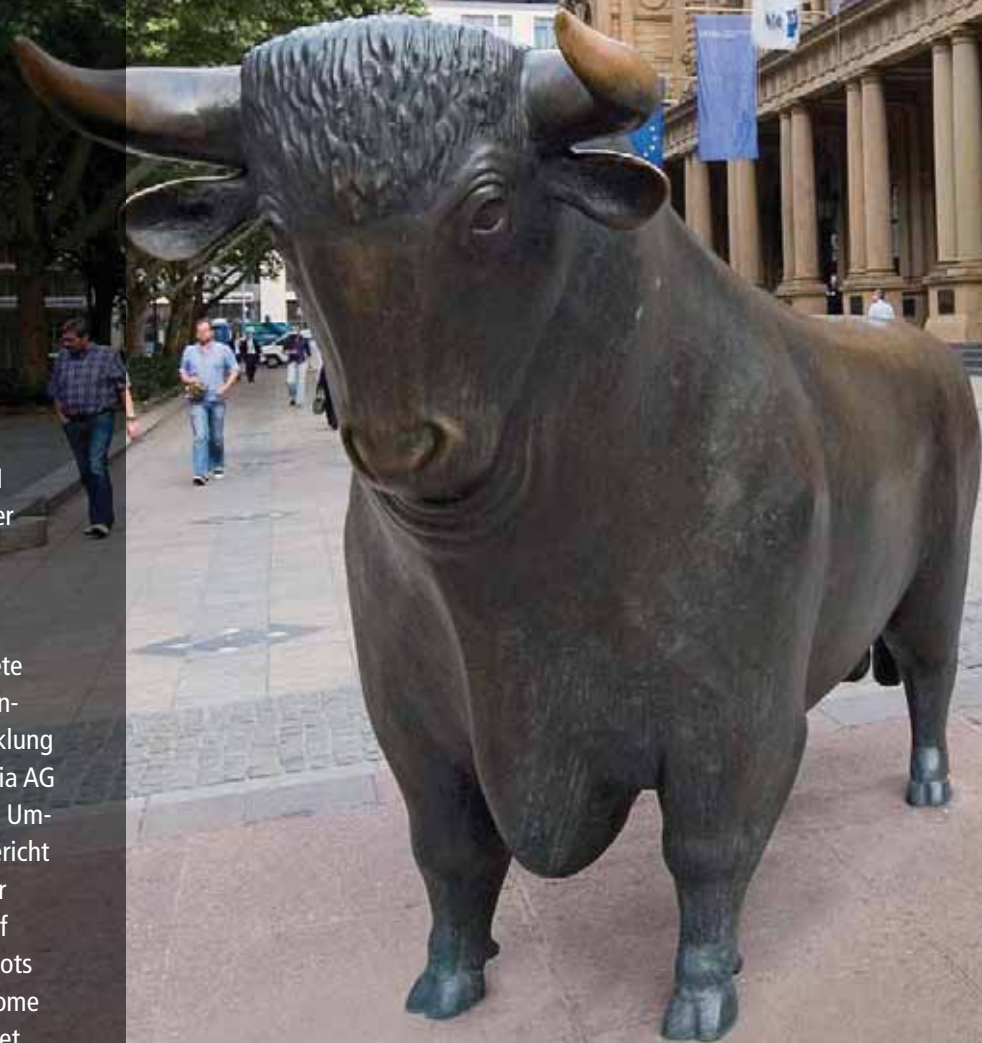
HRB 41 548

USt.-Id.-Nr.: DE811763883

Dieser Geschäftsbericht wurde am 12. April 2011 veröffentlicht. Er liegt in deutscher und englischer Sprache vor.

### Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen mit damit verbundenen Risiken und Unwägbarkeiten. Die tatsächliche Geschäftsentwicklung und die Ergebnisse der Ströer Out-of-Home Media AG sowie des Konzerns können in der Zukunft unter Umständen wesentlich von den diesem Geschäftsbericht zugrunde gelegten Annahmen abweichen. Dieser Geschäftsbericht stellt kein Angebot zum Verkauf und keine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der Ströer Out-of-Home Media AG dar. Dieser Geschäftsbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.





## Glossar

### Außenwerbung

Werbung an öffentlichen Straßen, Plätzen oder an für ein größeres Publikum zugänglichen Stellen mit öffentlichem Charakter (out-of-home), die eine Ansprache einer großen Zahl von Umworbenen ermöglicht.

### Bahnhofsmedien

Der Begriff der Bahnhofsmedien erfasst alle Medienformen in und an Bahnhöfen sowie direkt an den Abfahrtsgleisen, mit denen Ströer attraktive mobile Zielgruppen entlang der Reisekette erreicht.

### Billboards

Produktgruppe, in der großflächige Werbeträger überwiegend im 9-qm-Format zusammengefasst sind (unter anderem Mega-Lights, Premium Billboards, Big Banner, Brücken- und Hinweiswerbung), die sich an Verkehrsknotenpunkten und im Innenstadtbereich befinden. Darüber hinaus werden die Produkte des Riesenpostergeschäfts in dieser Produktgruppe geführt.

### Big Banner

Großtransparente in unterschiedlichen Formaten und Ausstattungsvarianten für die exponierte Verwendung innerhalb von Gebäuden (zum Beispiel in Empfangshallen und über Bahnsteig- bzw. Gleisbereichen).

### blowUP (Riesenposter)

Großformatige Werbung an Baugerüsten und Fassaden im Außenbereich, deren Fläche bis zu mehreren tausend Quadratmetern umfassen kann.

### City-Light-Poster (CLP)

Plakate im 2-qm-Format in verglasten, hinterleuchteten und frei stehenden Vitrinen in innerstädtischen Bereichen oder in Wartehallen, die auch mit Wechsler-technik ausgestattet werden können.

### City-Light-Säule (CLS)

Hochformatiger Premium-Werbeträger mit statischer bzw. Rotationstechnik für Top-Standorte im Innenstadtbereich, bei dem die Plakate im 2-qm- bzw. 4-qm-Format hinter Glas liegen und hinterleuchtet werden.

### Digitale/Elektronische Medien

Innovative Werbeträger, die Werbebotschaften als Bewegtbild über Bildschirme vermitteln. Dazu zählen der Out-of-Home-Channel, Infoscreens an Bahnhöfen, Videoboards oder das Fahrgastfernsehen in Verkehrsmitteln.

### Einzelbuchung

Auswahl von Werbeträgern an ausgewählten Einzelstandorten, die unter Berücksichtigung spezifischer Selektionskriterien individuell in einer Werbekampagne zusammengestellt werden können.

### Full-HD-Auflösung

Der Begriff Full HD steht für „vollständig hochauflösend“ und repräsentiert eine Technik, bei der Bilder in kristallklarer Form dargestellt werden können.

### Infoscreen

Digitale Bildschirme an und in zentralen, hoch frequentierten Knotenpunkten des U- und S-Bahnnetzes sowie an ausgewählten Fernbahnhöfen und Flughäfen.

### Insight Station

Eine gemeinsam mit der Universität Luxemburg und der Mediaagentur Mediacom durchgeführte Marktforschungsstudie über die nachhaltig positive Werbewirkung und exzellente Kontaktqualität von Bahnhofsmedien.

### Kulturmedien

Werbung auf ausgewählten Werbeträgern für kulturelle, politische oder kirchliche Veranstaltungen mit ausgeprägtem regionalen Bezug (zum Beispiel auf Litfaßsäulen und Kulturpostern).

### LED/OLED

Abkürzung für „Licht emittierende Diode“. LEDs weisen einen deutlich verringerten Stromverbrauch und eine lange Lebensdauer aus. Die kostengünstigeren OLEDs werden aus organischen halbleitenden Materialien hergestellt, haben jedoch im Vergleich zu LEDs geringere Lebensdauern.

### Litfaßsäule

Historisches Ausgangsprodukt und zeitloser Klassiker der Außenwerbung (erstmalige Einführung durch Ernst Litfaß 1855 in Berlin), der in Stadt- und Wohngebieten vor allem für lokale kulturelle Werbebotschaften Verwendung findet.



**Media-Mix**

Mit der Festlegung des Media-Mix wird die Entscheidung darüber getroffen, in welcher Form verschiedene Medien wie Druckerzeugnisse, Fernsehen, Radio, Außenwerbung und Internet in Werbekampagnen kombiniert werden.

**Mediaplan**

Festlegung der Medien und deren Belegungsfrequenzen innerhalb eines Kampagnenzeitraums, der Reichweite und Auswahl der Zielgruppen einschließt.

**Mega-Light (ML)**

Mega-Lights sind hochwertige Werbeträger im 9-qm-Format mit hinterleuchteten Vitrinen und zweiseitiger Wechslertechnik, die an reichweitenstarken Standorten quer zum Verkehr ausgerichtet sind und im Rahmen von Netzbuchungen zur Verfügung stehen.

**Netzbuchung**

Im Gegensatz zur Einzelbuchung wird bei der Netzbuchung ein Verbund von Werbeflächen belegt. Werbebotschaften, zum Beispiel auf Mega-Lights, sind damit während der Buchungsperiode an vielen Standorten im gesamten Stadtgebiet sichtbar.

**Nielsen Media Research**

International tätiges Medienforschungsunternehmen, das in über 40 Ländern die Bruttowerbeaufkommen der werbetragenden Medien erhebt und auswertet.

**Out-of-Home-Channel**

Erstes deutschlandweites Bewegtbildnetz mit großformatigen digitalen Bildschirmen in Full-HD-Qualität und vernetzter Schaltung in den frequenzstärksten deutschen Bahnhöfen.

**Premium Billboard**

Mit einseitiger Wechslertechnik ausgestattete hochwertige, vollverglaste und hinterleuchtete Vitrinen im 9-qm-Format für die Einzelbuchung, die an stark frequentierten Standorten im Stadtgebiet und in Bahnhöfen positioniert sind.

**POSTAR**

POSTAR ist ein seit über zehn Jahren tätiges Marktforschungsinstitut mit Sitz in Großbritannien, das auftragsbezogene Reichweitenmessungen von Out-of-Home-Medien im In- und Ausland vornimmt, die als Referenz für Planungen, Einkauf und Bewertung von Medialeistungen Verwendung finden.

**Reichweite**

Die Reichweite gibt den Anteil der Zielpersonen an, die durch einen Werbeträger oder durch eine Werbeträgerkombination erreicht werden. Sie kann als absolute Zahl oder in Prozent der Grundgesamtheit angegeben werden.

**Street Furniture**

Produktgruppe, in der Werbeträger mit kleineren Werbeflächen überwiegend im 2-qm- bzw. 4-qm-Format (zum Beispiel City-Light-Poster, City-Light-Säulen, Litfaßsäulen) zusammengefasst sind, die zum Teil baulich in öffentliche Stadtmöbel integriert sind (zum Beispiel Wartehallen, Toilettenanlagen).

**Transport**

Diese Produktgruppe umfasst die Vermarktung aller Werbeflächen an und in Vehikeln des öffentlichen Personennah- bzw. Schienenfernverkehrs. Darüber hinaus sind einzelne Bahnhofsmedien enthalten, soweit diese nicht dem Billboard- oder Street Furniture-Bereich zuzurechnen sind (zum Beispiel Out-of-Home-Channel, Infoscreens).

**Visibilität**

Visibilität steht für Sichtbarkeit einer Werbekampagne, die über die Größe der Werbeträger und deren hochwertige technische Ausführung den öffentlichen Raum dominiert und dadurch Werbebotschaften von Marken effizient kommuniziert.

**Wechslertechnik**

Ausstattung von Werbeträgern mit mechanischen Bauteilen, die einen wechselnden Plakataushang ermöglichen und dadurch am jeweiligen Standort größere Kapazitäten pro Buchungsperiode zur Verfügung stellen.

**Werbeträger**

Baulich-technische Vorrichtungen, die zum Anbringen von Werbemitteln vorgesehen sind und aufgrund spezieller Designs oder Techniken zumeist eigene Produktbezeichnungen erhalten (zum Beispiel Mega-Lights, City-Light-Poster, etc.).

## Finanzkalender

<b>12. April 2011</b>	Veröffentlichung Geschäftsbericht 2010/Q4 2010
<b>19. Mai 2011</b>	Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht Q1 2011
<b>15. Juni 2011</b>	Hauptversammlung, Köln
<b>16. August 2011</b>	Veröffentlichung Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2011
<b>15. November 2011</b>	Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2011

## Stichwortverzeichnis

<b>A</b>	<b>G</b>	<b>P</b>
Aktie ..... 17, 49, 59	Gesamtwirtschaft ..... 32, 68	Pensionsrückstellungen ..... 126
Aktienkurs ..... 49	Geschäftsfelder ..... 35, 41, 86, 130	Personalaufwand ..... 45, 114
Aktionärsstruktur ..... 50	Geschäftstätigkeit ..... 6, 88	Prognosebericht ..... 48, 68
Aufsichtsrat ..... 20, 54, 142	Geschäftsverlauf ..... 17, 35	
Ausblick ..... 48, 68	Gewinn- und Verlustrechnung .... 36, 78, 109	<b>R</b>
Ausschüsse ..... 54		Risiken ..... 64, 133
		Risikenbericht ..... 63
<b>B</b>	<b>H</b>	Risikomanagement ..... 53, 64, 133
Bestätigungsvermerk ..... 144	Hauptversammlung ..... 55	Rückstellungen ..... 38, 47, 48, 80, 94
Bilanz ..... 38, 80, 115		
Bilanzsumme ..... 38, 80	<b>I</b>	<b>S</b>
Börsengang ..... 17, 49	Investitionen ..... 17, 35, 42, 77	Segmente ..... 35, 41, 76, 86, 130
Branchenkonjunktur ..... 34, 69	Investor Relations ..... 50	Segmentbericht ..... 41, 86, 130
		Steuern ..... 45, 46, 78, 94
<b>C</b>	<b>J</b>	Strategie ..... 7, 17, 43, 71
Cash-Flow ..... 39, 77, 82	Jahresüberschuss ..... 75	
Chancenbericht ..... 63		<b>U</b>
Compliance ..... 45, 53	<b>K</b>	Umsatzerlöse ..... 17, 35, 78, 109
Corporate Governance ..... 52, 141	Kapitalerhöhung ..... 50, 59, 84, 122	Unternehmensführung ..... 53
	Kapitalflussrechnung ..... 84	Unternehmenssteuerung ..... 54
<b>D</b>	Konzernergebnis ..... 75, 78	Unternehmensstrategie ..... 7, 17, 43, 71
Derivative Finanzinstrumente ... 93, 133, 135	Konzernstruktur ..... 35	
Devisenkurse ..... 108		<b>V</b>
Directors' Dealings ..... 55	<b>L</b>	Vergütungsbericht ..... 56
	Lagebericht ..... 32	Vermögenslage ..... 38, 47
<b>E</b>	Liquidität ..... 48, 73, 77, 135	Veröffentlichungszeitpunkt ..... 156
EBITDA ..... 17, 36, 40		Vertriebskosten ..... 36, 37, 78, 109
EBITDA-Marge ..... 41, 43, 74	<b>M</b>	Verwaltungskosten ..... 36, 37, 78, 109
EBIT ..... 36	Marktkapitalisierung ..... 49	Vorstand ..... 16, 54, 142
Eigenkapital ..... 38, 47, 84	Marktposition ..... 5, 6, 15	Vorsteuerergebnis ..... 78
Eigenkapitalquote ..... 39, 48	Mitarbeiter ..... 60	
Entsprechenserklärung ..... 52		<b>W</b>
Ergebnis ..... 36, 75, 78	<b>N</b>	Weiterbildung ..... 62
Ergebnis je Aktie ..... 78	Nachtragsbericht ..... 68	Wertschöpfung ..... 67
Ertragslage ..... 36, 45, 77		
	<b>O</b>	<b>Z</b>
<b>F</b>	Operatives Ergebnis ..... 74	Ziele ..... 6, 71
Finanzergebnis ..... 36, 37, 45	Optionsprogramm ..... 142	
Finanzkalender ..... 157	Organisationsstruktur ..... 35	
Finanzlage ..... 39, 47, 77		
Forschung und Entwicklung ..... 62		

**Ströer Out-of-Home Media AG**

Ströer Allee 1 . 50999 Köln

+49 (0)2236 . 96 45-0 Telefon

+49 (0)2236 . 96 45-299 Fax

[www.stroeer.com](http://www.stroeer.com)