

STRÖER

GESCHÄFTSBERICHT 2013

STRÖER MEDIA AG

INHALT

Mission Statement	1
Highlights 2013	4
Ströer 2013 im Profil	6
Vorwort des Vorstands	8
Bericht des Aufsichtsrats	11
<hr/>	
Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns	
Grundlagen des Ströer Konzerns	16
- Geschäftsmodell	16
- Strategie und Steuerung	22
Wirtschaftsbericht	27
- Wirtschaftliches Umfeld	27
- Ertragslage Gruppe und Segmente	30
- Finanz- und Vermögenslage	38
Angaben zur Ströer Media AG	44
Informationen zur Aktie	50
Mitarbeiter	54
Vergütungsbericht	56
Chancen- und Risikobericht	59
Prognosebericht	65
Nachtragsbericht	72
Angaben gemäß § 315 HGB nebst erläuterndem Bericht des Vorstands der Ströer AG	73
<hr/>	
Konzernabschluss	
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	76
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	77
Konzernbilanz	78
Konzern-Kapitalflussrechnung	80
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	82
Konzernanhang	84
<hr/>	
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	154
Bestätigungsvermerk	155
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung	156
<hr/>	
Sonstige Informationen	
Glossar	158
Kontakt und Impressum	160
Finanzkalender	161
Stichwortverzeichnis	161

Ströer Media AG ...

... ist die **Nummer 1** der Außenwerbungsbranche in Deutschland, der Türkei und Polen¹⁾

... betreibt über BlowUP Media **das größte Netzwerk für Riesenposter** in Europa

... ist mit Einstieg in die Online-Vermarktung einer der **ersten digitalen Full-Service-Anbieter**

... steht auf **Platz 3 des AGOF-Ranking²⁾** und **Platz 2 im Comscore-Ranking²⁾**

... ist einer der **Top 3 Online-Vermarkter** in der **Türkei** und in **Polen**

¹⁾ In Polen hält Ströer die Marktführerschaft mit einem anderen Marktteilnehmer inne.

²⁾ In Deutschland

KONZERNKENNZAHLEN IM ÜBERBLICK

		2009	2010	2011	2012	2013	Veränderung
Umsatz	Mio. EUR	469,8	531,3	577,1	560,6	634,8	13,2 %
Umsatz pro Segment							
Ströer Deutschland	Mio. EUR	393,3	409,9	427,3	411,7	420,6	2,2 %
Ströer Türkei	Mio. EUR	33,5	68,6	89,0	91,3	94,6	3,5 %
Ströer Online	Mio. EUR				0,0	64,4	n. d.
Sonstige (Ströer Polen und BlowUP)	Mio. EUR	43,1	52,9	61,4	57,9	56,4	-2,7 %
Umsatz pro Produktgruppe							
Billboard	Mio. EUR	238,5	274,7	302,0	286,6	288,8	0,8 %
Street Furniture	Mio. EUR	118,1	134,6	150,8	147,2	144,9	-1,5 %
Transport	Mio. EUR	69,4	73,8	89,2	91,5	97,7	6,7 %
Online	Mio. EUR				0,0	64,2	n. d.
Sonstige	Mio. EUR	43,8	48,1	35,1	35,3	39,2	11,2 %
Organisches Wachstum ¹⁾	%	-2,5	7,5	4,8	-4,0	3,5	
Bruttoergebnis vom Umsatz ²⁾	Mio. EUR	169,1	198,6	205,0	174,1	196,2	12,7 %
Operational EBITDA³⁾	Mio. EUR	100,0	127,3	132,3	107,0	118,0	10,3 %
Operational EBITDA³⁾-Marge	%	21,3	24,0	22,9	19,1	18,6	
Bereinigtes EBIT ⁴⁾	Mio. EUR	71,1	97,4	96,3	67,4	72,0	6,8 %
Bereinigte EBIT ⁴⁾ -Marge	%	15,1	18,3	16,7	12,0	11,3	
Bereinigter Periodenüberschuss / -fehlbetrag ⁵⁾	Mio. EUR	16,8	33,2	40,3	24,0	36,3	51,5 %
Bereinigtes Ergebnis je Aktie ⁶⁾	€	0,36	0,74	0,96	0,54	0,76	39,7 %
Periodenüberschuss / -fehlbetrag ⁷⁾	Mio. EUR	1,1	58,1	-3,6	-1,8	5,1	n. d.
Ergebnis je Aktie ⁸⁾	€	-0,01	1,34	-0,08	-0,07	0,08	n. d.
Investitionen ⁹⁾	Mio. EUR	22,4	28,5	52,0	42,6	39,0	-8,6 %
Free Cash-Flow ¹⁰⁾	Mio. EUR	16,6	-68,2	38,0	10,8	1,8	-83,7 %
		31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013	Veränderung
Bilanzsumme	Mio. EUR	748,6	987,1	982,6	863,7	957,1	10,8 %
Eigenkapital	Mio. EUR	-48,1	294,4	273,5	279,6	296,0	5,9 %
Eigenkapitalquote	%	-6,4	29,8	27,8	32,4	30,9	
Nettoverschuldung¹¹⁾	Mio. EUR	495,4	320,1	304,3	302,1	326,1	7,9 %
Mitarbeiter¹²⁾	Anzahl	1.587	1.731	1.730	1.750	2.223	27,0 %

1) Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen

2) Umsatz abzüglich Umsatzkosten

3) Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen bereinigt um Sondereffekte

4) Ergebnis vor Zinsen und Steuern bereinigt um Sondereffekte, Abschreibungen auf erworbene Werberechtungskonzessionen und Wertminderungsaufwendungen auf immaterielle Vermögenswerte

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

6) Bereinigtes Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien, die sich aus dem Bestand nach Börsengang (42.098.238) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.771.546) am 3. Juni 2013 zusammensetzen

7) Periodenüberschuss / -fehlbetrag vor Minderheiten

8) Tatsächliches Periodenergebnis nach Abzug des ausgewiesenen Minderheitsergebnisses geteilt durch die Anzahl der Aktien, die sich aus dem Bestand nach Börsengang (42.098.238) zuzüglich des zeitlich gewichteten Zugangs der Aktien aus Kapitalerhöhung (6.771.546) am 3. Juni 2013 zusammensetzen

9) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen

10) Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit

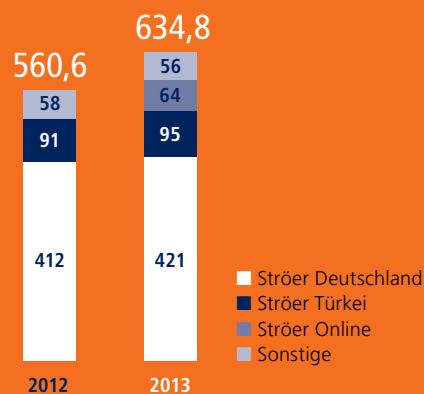
11) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivative Finanzinstrumente und liquide Mittel

12) Nach Anzahl der Personen (Voll- und Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse)

2013 IM ÜBERBLICK ¹⁾

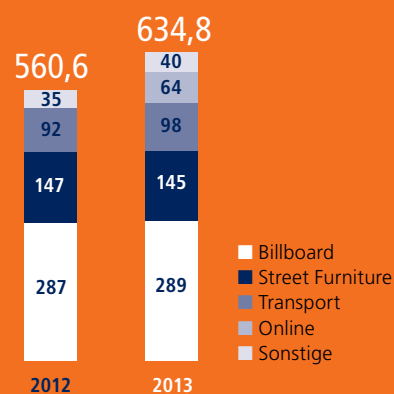
Umsatz nach Segmenten

In Mio. EUR



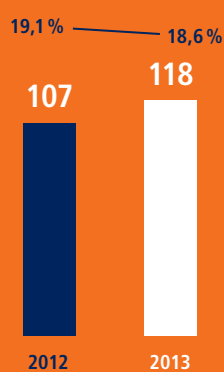
Umsatz nach Produktgruppen

In Mio. EUR



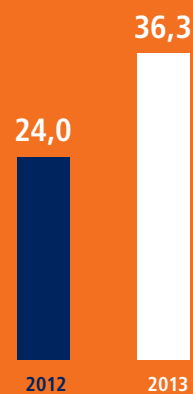
Operational EBITDA und EBITDA-Marge

In Mio. EUR



Bereinigter Periodenüberschuss

In Mio. EUR



Free Cash-Flow

In Mio. EUR



Nettoverschuldung

In Mio. EUR



1) Für alle verwendeten Zahlen gelten die Fußnoten der Konzernkennzahlen im Überblick.

Kürzerer Name, erweitertes Geschäftsfeld: Ströer Media AG

Transparente Kommunikation mit den Aktionären war Ströer von Anfang an wichtig: Im Rahmen einer außerordentlichen Hauptversammlung wurde den Anteilseignern die Strategie zum Einstieg in die Online-Werbevermarktung erläutert. Um die Erweiterung des Portfolios auch namentlich klarzustellen, wurde der Firmenname von Ströer Out-of-Home Media AG in Ströer Media AG geändert. Die Beschlussvorlage von Vorstand und Aufsichtsrat fand breite Zustimmung durch die Aktionäre.

Die Freigabe des Bundeskartellamts gab auch formal den Startschuss für den Einstieg von Ströer in die Online-Werbevermarktung. Mit der Übernahme von adscale einerseits, Ströer Interactive, Business Advertising und freeXmedia (diese drei später gebündelt in der Ströer Digital Group GmbH) andererseits, sicherte sich Ströer auf Anhieb eine attraktive und wachstumsstarke Position im deutschen Markt und legte den Grundstein für weiteres digitales Wachstum. Mit diesem Schritt positionierte sich Ströer zugleich als treibende Kraft bei der Konsolidierung des Online-Marktes.

Kapitalerhöhung

Durch die Ausnutzung des genehmigten Kapitals für die Übernahme der Ströer Digital Group GmbH hat sich am 3. Juni 2013 das Grundkapital um 6.771.546,00 Euro auf 48.869.784,00 Euro erhöht. Die Gesamtzahl der Ströer Aktien beträgt nun 48.869.784. Im Rahmen dieser Sachkapitalerhöhung wurden 6.771.546 neue Aktien an die Media Ventures GmbH ausgegeben, die zu 51 Prozent Dirk Ströer gehört. Dies unterstreicht die persönliche Überzeugung von dieser Transaktion und von den langfristigen strategischen Plänen der Ströer Media AG.

Erweiterung des Portfolios um proprietäre Technologien

Eigene Technologien in Schlüsselbereichen sind wichtige Erfolgsfaktoren, nicht nur in Ströers Online-Strategie. Mit der Übernahme des Geschäftsbereichs Location-based-advertising (RADcarpet) der in Berlin ansässigen Servtag GmbH und der MBR targeting GmbH, ebenfalls aus Berlin, sichert sich Ströer proprietäre Technologien in gleich zwei wichtigen Bereichen des Online-Geschäfts.

Das ortsbasierte Werbenetzwerk RADcarpet firmiert heute unter dem Namen Ströer Mobile Media und ist auf lokal und hyperlokal ausgesteuerte Online-Werbung auf mobilen Endgeräten spezialisiert. Das bietet Werbungtreibenden die Möglichkeit, ihre Zielgruppe im direkten Umfeld eigener Filialen und weiterer Verkaufspunkte punktgenau zu erreichen. Ströer schließt mit mobiler Online-Werbung die Lücke zwischen dem neuen Online-Geschäft und der ebenfalls standortbezogenen Außenwerbung.

Das herausragende Data-Science-Team und die Targeting-Technologie von MBR erweitern Ströers Online-Portfolio um einen wichtigen Baustein, der die exakte Identifizierung von Online-Zielgruppen, die Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen sowie die Generierung von Neukunden im digitalen Bereich erlaubt. Mit den auf Performance ausgerichteten Produkten kann sich Ströer entscheidend in der Online-Vermarktung differenzieren und zukünftig die gesamte digitale Wertschöpfungskette von Adservern über Demand- und Supply-Side-Plattformen, Real Time Bidding und Ad exchanges bis hin zum Targeting mit proprietärer Technologie abbilden. Über alle Online-Firmen hinweg verfügt Ströer über mehr als 80 Entwickler und Software-Ingenieure, um fortlaufend die proprietären technologischen Lösungen für Publisher und Kunden weiterzuentwickeln.

Internationalisierung des Online-Geschäfts

Nach dem erfolgreichen Start in Deutschland weitet Ströer durch die Übernahme der Ballroom International Group das neue und bereits in Deutschland erfolgreich gestartete Geschäftsmodell über die Grenzen hinweg auf die internationalen Kernmärkte in der Türkei und in Polen aus. Das Portfolio von Ballroom erstreckt sich von Ad exchanges über Video- und Display-Werbung bis hin zu Performance-Marketing.

Durch die geballte nationale und internationale Kompetenz des Unternehmens können nicht zuletzt Synergien bei Technologie und Produktentwicklung realisiert werden. Damit ist Ströer in der Lage, neue Features, neue Formate und neue Herangehensweisen in einzelnen Märkten einzuführen, diese Erkenntnisse in allen Kernmärkten zu skalieren und auch international den Weg zum ersten voll integrierten Premiumvermarkter zu beschreiten.

IKAO-Studie

Inwieweit gelingt es einzelnen Plakaten, Menschen mit ihren Botschaften zu erreichen und zu überzeugen? Das Institut für Kommunikations-Analyse und -Optimierung (IKAO) und Ströer sind der Frage nachgegangen und haben die Wirkungskraft von Plakaten untersucht. In der Studie „Momentum Plakat – Wie Plakat-Motive gemacht sein müssen, damit sie optimal wirken“ geben sie Hinweise auf Qualität und Wirkung. Insgesamt wurden dafür 1.400 Plakate mittels einer Dialog-Struktur-Messung – einem Methodenmix aus Psychologie, Wahrnehmungsforschung, Gestaltungs- und Farbenlehre, Sprachwissenschaft sowie Hirnforschung – untersucht. Das Ergebnis zeigt, dass ein gut gestaltetes Plakat den Wert einer Außenwerbekampagne vervielfachen kann – spannende Kreationen können mehr aus dem Investment in die Werbung herausholen.

Ströer startet als Multi-Screen-Vermarkter

Ströer Primetime heißt der neu geschaffene Vermarkter der Ströer Gruppe, dessen Geschäftsfeld die Bewegtbild-Werbung auf Private Screens (Smartphone und Tablet), Home Screens (PC) und Public Screens (DOOH-Displays) umfasst. Mit diesem sogenannten Multi-Screen-Szenario bietet Ströer Primetime alles aus einer Hand an – von der cross-medialen Planung über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle. Durch die Kombination der Targeting-Möglichkeiten im Online-Bereich mit dem schnellen Reichweitenaufbau bei Digital Out-of-Home erreicht Ströer für seine Kunden hohe Reichweitzuwächse. Bewegtbild-Kampagnen können in Zukunft automatisch so optimiert werden, dass in einer Region mit hohen Klickzahlen ein Spot auch komplementär auf den digitalen Out-of-Home-Screens ausgespielt wird. Ströer entwickelt dafür einen eigenen Video-Adserver, der als echtes Multi-Screen-Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglichen wird.

Über Online-Video und die digitalen Out-of-Home-Channels erzielt Ströer Primetime insgesamt pro Woche bis zu 500 Millionen Video-Ad-Impressions und ist damit vom Start weg einer der größten Multi-Screen-Vermarkter im deutschen Werbemarkt und der Einzige, der Digital Out-of-Home voll integriert mit anbietet.

Nach wie vor baut Ströer sein digitales Out-of-Home-Portfolio weiter aus und installierte inzwischen den 1.500sten Bildschirm in einem Einkaufszentrum in Deutschland. Digitale Außenwerbung fungiert unter anderem als Einstiegspunkt für die Customer Journey und kann Bewegtbild aus dem TV oder nach Online optimal und effizient verlängern.

STRÖER 2013 IM PROFIL

STRÖER DEUTSCHLAND

- 22 Gesellschaften¹⁾, 40 Büros, 1.359 Mitarbeiter²⁾
- zirka 230.000 vermarktete Werbeflächen³⁾
- 421 Millionen Euro Umsatz in 2013

STRÖER TÜRKEI

- 2 Gesellschaften¹⁾, 19 Büros, 238 Mitarbeiter²⁾
- zirka 43.000 vermarktete Werbeflächen⁵⁾
- 95 Millionen Euro Umsatz in 2013

STRÖER POLEN

- 4 Gesellschaften¹⁾, 6 Büros, 137 Mitarbeiter²⁾
- zirka 15.000 vermarktete Werbeflächen⁴⁾

BLOWUP

- 6 Gesellschaften¹⁾, 11 Büros, 62 Mitarbeiter²⁾
- zirka 229 vermarktete Werbeflächen

ONLINE

- 24 Gesellschaften¹⁾, 15 Büros, 426 Mitarbeiter²⁾
- zirka 6.000 Websites*
- über 100 Mio. Unique Users*
- 64 Millionen Euro Umsatz in 2013

* Ströer Digital Group GmbH und Ballroom International Group

Außenwerbung



Analog

Street Furniture: Als Partner der Städte entwickelt Ströer seit Jahren Kommunikations- und Infrastrukturlösungen für den kommunalen Raum. Zum Angebot gehören klassische Stadtmöbel wie Wartehallen, Toiletten und Informationssäulen, aber auch elektronische Stadtführer.

Billboard: Out-of-Home-Medien bieten vielfältige Werbepplätze außerhalb der eigenen vier Wände. Zum Beispiel an Bushaltestellen, in Fußgängerzonen, an Verkehrsknotenpunkten und im Innenstadtbereich. Verglaste und hinterleuchtete Mega-Lights, klassische Großflächen, großflächige Big Banner und aufmerksamkeitsstarke Brücken- und Hinweiserwerbung sind die wichtigsten Medien in dieser Produktgruppe.

Digital

Transport: Verkehrsmedien transportieren den Werbeträger durch die Stadt und die Region. Zusätzlich verfügt Ströer mit dem Out-of-Home-Channel über umfassende digitale Bewegtbildnetze in den größten deutschen Bahnhöfen, in U- und S-Bahnhöfen und in den größten deutschen Einkaufszentren. Insgesamt verfügt Ströer bereits über 4.000 digital vernetzte Flächen in Deutschland.

1) Voll und quotall konsolidierte Gesellschaften

2) Anzahl der Personen (Voll- und Teilzeit) inkl. Ströer AG per 31.12.2013

3) Quelle: FAW Februar 2013 und Unternehmensangaben

4) Quelle: Polish Outdoor Chamber of Commerce (IGRZ), Dezember 2013

5) Unternehmensangaben



Online-Werbung



Display- und Sonderwerbeformaten

Die Ströer Digital Group GmbH bietet mehr als 20 verschiedene Display-Werbeformate an. Diese umfassen sowohl standardisierte Formate des Internet Advertising Bureau (IAB) als auch sogenannte Ad Packages, die den Standards des Online-Vermarkterkreises (OVK) entsprechen. Darüber hinaus setzt das Unternehmen Schwerpunkte auf die Entwicklung von kreativen Sonderwerbeformaten, Konzeptvermarktung sowie kundenindividuelle Integrationen.



Video Advertising

Bewegtbild-Werbung im Internet zählt zu den wachstumsstärksten Segmenten im Online-Werbemarkt. Die Ströer Digital Group GmbH vermarktet Publisher-Brands wie Promiflash.de, MySpaas.de (Brainpool) oder tape.tv und bietet Kunden attraktive Umfeldler für ihre Online-Werbepots. Gleichzeitig schafft die Ströer Digital Group GmbH durch die Vernetzung mit dem digitalen Out-of-Home-Geschäft zusätzliche Werbe- und Präsentationsmöglichkeiten für Advertiser und Publisher.



Mobile Advertising

Werbung auf mobilen Endgeräten gewinnt durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones und Tablet-PCs an Bedeutung. Durch sein umfassendes Produktportfolio an mobilen Werbeformaten und speziellen mobilen Targeting-Technologien sowie hyperlokalen Ansätzen positioniert sich die Ströer Digital Group GmbH als eines der stärksten Unternehmen in diesem Segment.

Technologie und Plattform

Die Ströer Digital Group GmbH verfügt über modernste Technologien zur Steuerung und Optimierung von digitalen Werbekampagnen. Gerade im automatisierten Handel von digitalen Werbeflächen, bei Real-Time-Advertising, im Bereich Location-based-advertising und bei der Gewinnung von Neukunden über Online-Werbung (Neukunden-Prediction, Pro-Targeting) bietet die Ströer Digital Group GmbH innovative und marktführende Lösungen.

VORWORT DES VORSTANDS



Alfried Bührdel
CFO (bis 21.2.2014)

Alfried Bührdel, 1962 in Bielefeld geboren, absolvierte zunächst eine Ausbildung zum Bankkaufmann, an die er ein BWL-Studium in Münster anschloss. 1988 trat er in die Bertelsmann AG ein, bei der er unter anderem stellvertretender Geschäftsführer und Leiter der Finanzabteilung von verschiedenen Konzernunternehmen in Wien und in New York war. Seit 1998 ist er bei Ströer für die gesamte Firmengruppe als Finanzvorstand tätig. 2010 wurde Alfred Bührdel von dem Magazin „Finance“ als CFO des Jahres ausgezeichnet.

Udo Müller
CEO

Udo Müller, 1962 in Rüdesheim geboren, stieg 1987 über die Vermarktung seines Handballvereins Reinickendorfer Füchse in Berlin in die Außenwerbung ein. Ab 1990 baute er zusammen mit Heiner W. Ströer die Ströer City Marketing GmbH auf, die 2002 in eine Aktiengesellschaft umfirmiert wurde. Durch die Übernahme der Deutsche Städte Medien (2004) und der Deutsche Eisenbahn Reklame (2005) trieb Müller das Wachstum des Unternehmens voran, das er 2010 an die Börse brachte. 2011 wurde Müller vom Bundesverband mittelständische Wirtschaft als Anerkennung für herausragende unternehmerische Leistungen zum Senator h. c. ernannt.

Christian Schmalzl
COO

Christian Schmalzl, 1973 in Passau geboren, studierte Politikwissenschaft, Philosophie, Literaturwissenschaft und Soziologie an den Universitäten Passau, München und Cardiff. Nach seinem Studium trat er 1999 bei der Münchner MediaCom ein und wurde im Jahr 2002 jüngster Geschäftsführer der Agenturgruppe. 2007 übernahm er die Verantwortung für das gesamte Deutschlandgeschäft, bevor er 2009 zum Worldwide Chief Operations & Investment Director (COO) der international agierenden Mediagruppe ernannt wurde. Zum Jahresende 2012 wurde Christian Schmalzl in den Vorstand der Ströer Media AG berufen und nimmt als COO länderübergreifend operative Führungsaufgaben wahr.

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Aktionäre,**

2013 war für Ströer ein ganz besonderes Jahr. Durch die Erweiterung unseres Geschäftsmodells um die Vermarktung von Werbung im Internet haben wir die Marktposition von Ströer nachhaltig verändert. Während die Grenzen zwischen den Mediengattungen immer weiter verschwimmen, gestalten wir diesen Wandel aktiv mit. Im zurückliegenden Jahr haben wir Ströer zu einem konvergenten und integrierten digitalen Vermarktungshaus weiterentwickelt, das seinen Kunden individuelle Kommunikationslösungen aus den Bereichen Out-of-Home und Online entlang der gesamten digitalen Wertschöpfungskette anbieten kann. Zukünftig sind wir somit in der Lage, unsere führende Rolle als Werbevermarkter auch international weiter auszubauen.

Der Umsatz in Höhe von 635 Millionen Euro übertraf den Vorjahreswert um 13 Prozent. Mit einem organischen Umsatzwachstum der Gruppe von rund 3,5 Prozent und einem Operational EBITDA von 118 Millionen Euro konnten wir unsere Ergebnisse gegenüber 2012 deutlich steigern. Die Aufwärtsbewegung ist auf das nachhaltige Umsatzwachstum mit unseren digitalen Werbeträgern in Deutschland, die Ergebnisbeiträge aus dem Online-Geschäft sowie die erweiterten Werbeträgerkapazitäten und ein verbessertes Produktportfolio in der Türkei zurückzuführen.

Im Jahr 2013 standen vor allem unsere Aktivitäten im Online-Business medial im Fokus, jedoch haben wir gleichzeitig auch unser Out-of-Home-Geschäft kontinuierlich weiterentwickelt. Out-of-Home ist nach wie vor das einzige Massenmedium der Zukunft, denn Außenwerbung wird implizit wahrgenommen. Kein anderes Werbemedium macht es unserem visuell geprägten Gedächtnis leichter, Informationen aufzunehmen und somit auf schnellerem Weg eine derart breite Öffentlichkeit zu erreichen. Die im Jahr 2013 von einem unabhängigen Institut durchgeführte und durch Ströer unterstützte Studie „Momentum Plakat“ analysierte dazu insgesamt 1.400 Plakate mittels Dialog-Struktur-Messung und lieferte belastbare Aussagen zur grundsätzlichen Appellstärke des Mediums Plakat und dessen besonderer Wirkung auf den Betrachter.

Auch die digitale Außenwerbung wirkt und zeichnet sich durch wachsenden Erfolg aus. Aus diesem Grund haben wir die Kapazitäten unseres digitalen Bewegtbild-Netzwerks „Out-of-Home-Channel“ ausgeweitet und im August im Skyline Plaza Frankfurt den 1.500sten Bildschirm in einem weiteren hoch frequentierten deutschen Einkaufszentrum installiert. Damit erreicht der Out-of-Home-Channel allein in den über 60 angeschlossenen hochwertigen ECE-Shopping-Centern bundesweit zirka zehn Millionen Center-Besucher pro Woche.

Anfang des Jahres 2013 erfolgreich in Deutschland gestartet, erstreckt sich unser voll integriertes Modell der Vermarktung von Online-Werbeflächen inzwischen ebenfalls auf unsere Kernmärkte in Polen und in der Türkei. Durch die weitreichende Kompetenz, die wir national wie international mitbringen, können wir nicht zuletzt Synergien bei Technologie- und Produktentwicklungen heben. Damit sind wir in der Lage, neue Formate und Herangehensweisen in allen Kernmärkten zu skalieren.

Neben dem für Ströer zentralen Premium-Publisher-Geschäft entwickelt sich der Online-Werbemarkt immer mehr in Richtung Performance – weg von content-zentrierter hin zu consumer-zentrierter Werbung. Um die Wünsche und Bedürfnisse von Internetnutzern zu verstehen, ist es notwendig, beispielsweise Daten zum Surfverhalten in Echtzeit zu analysieren und für den Nutzer relevante Werbung auszuspielen. Auch in diesem Bereich setzen wir bewusst auf proprietäre Technologien. Deshalb sicherten wir uns in einem bedeutenden Deal den Zugang zu einem Targeting-Algorithmus zur exakten Identifizierung von Online-Zielgruppen, der Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen sowie der Generierung von Neukunden im digitalen Bereich. Mit insgesamt über 80 Technologie-Entwicklungsexperten in Deutschland, Tschechien und Neuseeland verfügen wir über eines der besten Data-Science-Teams im deutschen Markt, was uns ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal verschafft.

Darüber hinaus ergänzt seit Mitte des Jahres 2013 eine vielversprechende Technologie zur lokal und hyper-lokal ausgesteuerten Online-Werbung auf mobilen Endgeräten unser Online-Vermarkterportfolio. Wir schließen damit die Lücke zwischen dem Online-Geschäft und der ebenfalls standortbezogenen Out-of-Home-Werbung. Werbungtreibende haben dadurch die Möglichkeit, ihre Zielgruppe im direkten Umfeld von Verkaufspunkten zu erreichen.

Mit Online und Digital Out-of-Home erzielen wir schon heute mehr als 500 Millionen Video-Ad-Impressions pro Woche und sind damit einer der größten Multi-Screen-Vermarkter im deutschen Werbemarkt. Damit werden wir mittelfristig in der Lage sein, eine Bewegtbild-Kampagne automatisch so zu optimieren, dass in einer Region mit hohen Klickzahlen der Spot auch komplementär auf den digitalen Out-of-Home-Screens ausgespielt wird. Dazu entwickeln wir unter anderem eigene Video-Adserver, die als echte Multi-Screen-Planungs- und Buchungstools eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglichen.

Insgesamt werden wir durch die Verzahnung von Branding- und Performance-Produkten immer entscheidender in der Werbevermarktung differenzieren können. Ströer bildet die gesamte digitale und reale Wertschöpfungskette vom Adserver über Demand- und Supply-Side-Plattformen, Real-Time-Bidding-Angeboten und Ad exchange bis hin zum Targeting mit proprietärer Technologie, kundenindividueller Konzeptvermarktung und Out-of-Home-Werbung ab.

Mit dem Blick auf das erste Quartal 2014 rechnen wir durch den Eintritt in die Online-Vermarktung mit einem Umsatzwachstum leicht über 10 Prozent und einem organischen Wachstum im niedrigen einstelligen Bereich.

Wir danken unseren Geschäftspartnern, Investoren und Mitarbeitern für das uns entgegengebrachte Vertrauen und wünschen allen ein erfolgreiches Geschäfts- und Börsenjahr 2014.



Udo Müller
CEO



Christian Schmalzl
COO

BERICHT DES AUFSICHTSRATS



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

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2013 stand für die Ströer Media AG ganz im Zeichen der strategischen Neuausrichtung. Durch den weiteren Ausbau der digitalen Infrastruktur konnte der Anteil der digitalen OOH-Umsätze am Gesamtumsatz weiter gesteigert werden. Parallel dazu startete das Online-Geschäft in Deutschland, das mit dem Erwerb der Ballroom Gruppe erfolgreich auf die ausländischen Kernmärkte Türkei und Polen übertragen werden konnte. Darüber hinaus verfolgte die Ströer Gruppe weiterhin ihre länderspezifischen Out-of-Home-Strategien, die über aktiv gemanagte Portfolios von Werberechten den jeweiligen Marktgegebenheiten Rechnung tragen und eine stabile Plattform für die weitere Geschäftsentwicklung darstellen.

Der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2013 die Geschäftsführung des Vorstands kontinuierlich und sorgfältig überwacht. Dabei prüfte er vor allem die Rechtmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Ordnungsgemäßheit der Geschäftsführung. Außerdem begleitete er die strategische Weiterentwicklung des Konzerns sowie wesentliche Einzelmaßnahmen.

Schwerpunktthemen im Geschäftsjahr 2013 waren die Expansion im Bereich der Online-Werbemarktung durch den Einstieg in die Märkte in der Türkei und in Polen, Neuakquisitionen in diesem Bereich und die Integration der erworbenen und gegründeten Unternehmen der Online-Werbemarktung in die Ströer Gruppe. Der Aufsichtsrat beschäftigte sich außerdem eingehend mit der Einführung einer neuen IT-Prozess- und Anwendungslandschaft in der Gruppe. Intensiv befasst hat sich der Aufsichtsrat zudem mit der Schaffung des Aktienoptionsprogramms 2013 und der Gewährung von Aktienoptionen an Mitglieder des Vorstands. Schließlich hat sich der Aufsichtsrat eingehend beraten im Zusammenhang mit dem Ausscheiden des langjährigen Finanzvorstands Alfred Bührdel aus dem Vorstand der Gesellschaft und der Entscheidung für dessen Nachfolger.

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 und ist damit seinen Informationspflichten mehr als zureichend nachgekommen. 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. Dieser hat zustimmungspflichtigen Geschäften nach eingehender Beratung und Prüfung der ihm vom Vorstand übergebenen Unterlagen zugestimmt. Soweit nach Gesetz, Satzung oder den Geschäftsordnungen ein Beschluss des Aufsichtsrats geboten war, hat dieser nach sorgfältiger Prüfung einen entsprechenden Beschluss gefasst.

Während des Geschäftsjahres 2013 kam der Aufsichtsrat zu sieben Sitzungen zusammen und führte zwei schriftliche Beschlussverfahren durch. An fünf der Präsenzsitzungen nahmen jeweils sämtliche Aufsichtsratsmitglieder teil. Auch zwischen den Aufsichtsratsitzungen berieten sich jeweils der Aufsichtsratsvorsitzende, der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende und der Prüfungsausschussvorsitzende mit dem Vorstand – insbesondere mit dem Vorstandsvorsitzenden und dem Finanzvorstand – über wesentliche Vorfälle des Geschäftsgangs und standen damit in einem engen und regelmäßigen Informationsaustausch. Dem Aufsichtsrat wurde darüber regelmäßig Bericht erstattet. Der Prüfungsausschuss tagte im Berichtsjahr vier Mal. Der externe Abschlussprüfer, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, nahm an der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats und an der Sitzung des Prüfungsausschusses am 8. März 2013 teil.

Schwerpunkte der Beratungen und Prüfungen des Aufsichtsrats

In der Budgetsitzung am 23. Januar 2013 stimmte der Aufsichtsrat der Budgetplanung für das Geschäftsjahr 2013 zu. Es wurden außerdem weitere Projektabschnitte zur Einführung der neuen IT- Prozess- und Anwendungslandschaft freigegeben.

In der Aufsichtsratsitzung am 7. März 2013 befasste sich der Aufsichtsrat mit verschiedenen strategischen Ansätzen zur Erweiterung des Unternehmensportfolios im Bereich der Online-Werbevermarktung.

Am 22. März 2013 fand die Bilanzsitzung des Aufsichtsrats statt. Der Aufsichtsrat billigte in dieser Sitzung den Jahresabschluss der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2012 und stellte ihn damit fest. Er billigte außerdem den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2012 und befasste sich mit der Rentabilität des Eigenkapitals. Der Aufsichtsrat beschloss darüber hinaus, der Hauptversammlung vorzuschlagen, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, zum Abschlussprüfer der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 zu bestellen. Schließlich beschäftigte sich der Aufsichtsrat eingehend mit dem Gutachten der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, über die Bewertung der adscale GmbH, der Ströer Media AG sowie der Gruppe aus der Ströer Interactive GmbH, Business Advertising GmbH und der freeXmedia GmbH (Ströer Digital Group) für die bevorstehende Kapitalerhöhung für den Erwerb der Ströer Digital Gruppe. Frau Prof. Dr. Vera-Carina Elter von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, war hierbei persönlich anwesend und erläuterte Grundzüge und Detailfragen des Gutachtens. Nachdem Herr Peter Binkowska sein Amt mit Wirkung zum 6. Januar 2013 niedergelegt und Herr Dr. Stephan Seitz seinen Rücktritt zum Ende der ordentlichen Hauptversammlung am 8. August 2013 angekündigt hatte, erörterte der Aufsichtsrat schließlich noch eingehend die Nachbesetzung der beiden Aufsichtsratsmandate.

In dem schriftlichen Beschlussverfahren vom 24. April 2013 stimmte der Aufsichtsrat der Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft auf 48.869.784 Euro gegen Erbringung einer gemischten Sacheinlage unter Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre zur Umsetzung des Kaufs der Unternehmen der Ströer Digital Group zu.

Gegenstand der Aufsichtsratssitzung am 20. Juni 2013 war die politische und wirtschaftliche Situation in der Türkei und deren Auswirkungen auf bestehende und geplante Investitionen der Gesellschaft in der Türkei. In derselben Sitzung beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit der Integration der Online-Werbung vermarktenden Unternehmen in die Ströer Gruppe sowie der Strategieerweiterung zum Einstieg in die Online-Werbevermarktung in weiteren Ländern, insbesondere der Türkei und Polen. Der Aufsichtsrat stimmte in diesem Zusammenhang der Akquisition von 53,4 Prozent Geschäftsanteilen an der Ballroom International CEE Holding GmbH und der Vereinbarung von Optionen zum Erwerb weiterer Geschäftsanteile zu. Darüber hinaus befasste sich der Aufsichtsrat eingehend mit dem Vergütungssystem für den Vorstand und der Angemessenheit der Vorstandsvergütung. Außerdem beriet sich der Aufsichtsrat zur Einführung eines Aktienoptionsprogramms und verabschiedete eine entsprechende Empfehlung an die Hauptversammlung. Schließlich stimmte der Aufsichtsrat der Gewährung eines Transaktionsbonus für ein Vorstandsmitglied zu. Abschließend wurde die Vergütung des Aufsichtsrats erörtert und die Tagesordnung für die ordentliche Hauptversammlung verabschiedet.

Am 8. August 2013 fand die Aufsichtsratssitzung im Anschluss an die ordentliche Hauptversammlung statt. Themen dieser Sitzung waren die Nachbesetzung des Aufsichtsrats nach dem Ausscheiden von Herrn Dr. Stephan Seitz sowie konzerninterne Verschmelzungen.

In der Aufsichtsratssitzung am 11. September 2013 stimmte der Aufsichtsrat dem Erwerb von rund 80 Prozent Geschäftsanteilen an der MBR Targeting GmbH zu und beriet weitere Akquisitionsprojekte für dieses Segment. Er beschäftigte sich außerdem mit dem Bericht zur Entwicklung der neuen IT-Prozess- und Anwendungslandschaft und gab weitere Teilprojekte hierzu frei. Der Aufsichtsrat beriet des Weiteren die Nachbesetzung des Aufsichtsrats und wurde einig, das Amtsgericht um Bestellung von Herrn Ulrich Voigt als neuen Aufsichtsrat zu bitten. Ein Schwerpunktthema der Sitzung war der Bericht des Präsidialausschusses über ein mögliches vorvertragliches Ausscheiden des Finanzvorstands sowie denkbare Nachfolgelösungen.

Der Aufsichtsrat verabschiedete in der Sitzung vom 16. Dezember 2013 das Budget der Ströer Media AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2014. Er erörterte die Strategie, mögliche Akquisitionen und die Integrationsmaßnahmen im Bereich der Online-Werbung. Ein Schwerpunktthema der Sitzung war der Bericht des Vorstands über den Stand des Projekts zur Einführung der neuen IT-Prozess- und Anwendungslandschaft. Außerdem verabschiedete der Aufsichtsrat seine Empfehlung an die Hauptversammlung, die Ströer Media AG in eine Europäische Gesellschaft (Societas Europaea, SE) umzuwandeln. Der Aufsichtsrat stimmte des Weiteren dem Abschluss der Aufhebungsvereinbarung mit dem ausscheidenden Finanzvorstand Alfried Bührdel zu. Außerdem überzeugte er sich durch persönliche Gespräche und externe Analysen von den Fähigkeiten des potenziellen Nachfolgers und stimmte dem Abschluss seines Anstellungsvertrages zu. Der Aufsichtsrat beschäftigte sich in dieser Sitzung außerdem mit dem Bericht über die Tätigkeiten der Innenrevision und den Beratungsmandaten der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln.

Beratungen des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats

Der Prüfungsausschuss traf am 8. März 2013 zusammen und prüfte den Jahresabschluss der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2012 und den Konzernjahresabschluss für das Geschäftsjahr 2012. In den Sitzungen vom 2. Mai, 13. August und 8. November 2013 beschäftigte sich der Prüfungsausschuss mit den jeweiligen Zwischenabschlüssen.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung

Der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2013 und der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013 wurden unter Einbeziehung der Buchführung und des Lageberichts bzw. des Konzernlageberichts von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln, geprüft. Diese hat jeweils den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Allen Aufsichtsratsmitgliedern wurden die Abschlussunterlagen und die Prüfungsberichte rechtzeitig zugestellt. Diese waren Gegenstand intensiver Beratungen im Prüfungsausschuss sowie in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 27. März 2014. 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 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Köln an. Wir billigen den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss. Damit ist der vorgelegte Jahresabschluss festgestellt.

Personelle Veränderungen im Aufsichtsrat

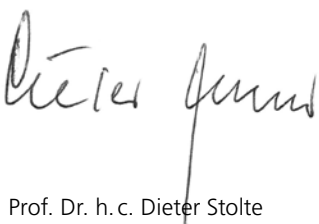
Herr Dr. Stephan Seitz trat zum Ende der ordentlichen Hauptversammlung am 8. August 2013 von seinem Posten als Aufsichtsrat zurück, um sich wieder seiner Tätigkeit als Rechtsanwalt für die Ströer Gruppe zuwenden zu können. Wir danken Herrn Dr. Stephan Seitz für die hervorragende Arbeit für den Aufsichtsrat der Ströer Media AG, insbesondere durch seine Expertise in Fragen des Vorstandsrechts und des Arbeitsrechts.

Mit Beschluss des Amtsgerichts Köln vom 10. April 2013 wurde Herr Christoph Vilanek bis zur Beendigung der Hauptversammlung am 8. August 2013 zum Aufsichtsrat bestellt. Mit Beschluss des Amtsgerichts Köln vom 13. November 2013 wurde außerdem Herr Ulrich Voigt zum Aufsichtsrat bestellt.

Dank

Der Aufsichtsrat dankt 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
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Köln, im März 2014

BERICHT ÜBER DIE LAGE DER GESELLSCHAFT UND DES KONZERNS

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

Bericht über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns	
Grundlagen des Ströer Konzerns	16
Wirtschaftsbericht	27
Angaben zur Ströer Media AG	44
Informationen zur Aktie	50
Mitarbeiter	54
Vergütungsbericht	56
Chancen- und Risikobericht	59
Prognosebericht	65
Nachtragsbericht	72
Angaben gemäß § 315 HGB nebst erläuterndem Bericht des Vorstands der Ströer AG	73

GRUNDLAGEN DES STRÖER KONZERNS

Geschäftsmodell

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

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

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

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

Segmente und Organisationsstruktur

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

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

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

→ Nähere Informationen über die Entwicklungsabteilung finden Sie auf Seite 24

→ Nähere Informationen zur Strategie und zur unternehmens-internen Steuerung finden Sie auf Seite 22

Außenwerbe-geschäft

Basis des Außenwerbe-geschäfts ist ein attraktives Portfolio an Verträgen mit privaten und öffentlichen Grundstücks- und Gebäudeeigentümern, über die wir Werberechtskonzessionen für reichweitenstarke Standorte erlangen. Von besonderer Bedeutung sind dabei Verträge mit Kommunen, für die wir als Systemanbieter intelligente und passgenaue Infrastrukturlösungen entwickeln, welche zugleich das Stadtbild aufwerten. Daneben sind die Verträge mit der Deutschen Bahn und der ECE-Gruppe sowie mit Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr von hervorgehobener Bedeutung. Unser Produktportfolio in der Außenwerbung erstreckt sich auf alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von klassischen Plakatmedien (Billboard) über die Werbung auf Wartehallen (Street Furniture) und Transportmitteln bis hin zu digitalen und interaktiven Angeboten.

Das Portfolio besteht derzeit aus über 280.000 vermarktbar- en Werbeflächen in Europa. Die Verträge mit privaten Grund- und Gebäudeeigentümern sehen im Allgemeinen die Zahlung einer festen Pacht vor, während die kommunalen Konzessionsverträge überwiegend umsatzabhängige Pachtzahlungen enthalten.

Segment Ströer Deutschland

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

Segment Ströer Türkei

Das Segment Ströer Türkei wird operativ durch die Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S. geführt, an welcher der Ströer Konzern mit 90 Prozent beteiligt ist. Ströer Türkei ist in sieben der zehn größten türkischen Städte vertreten und in allen Produktgruppen tätig. Mit rund 43.000 vermarktbar- en Werbeflächen in mehr als 20 Städten bzw. Provinzen erzielen wir auch in der Türkei den höchsten Umsatzerlös in unserem Sektor und damit, mit deutlichem Abstand zum Wettbewerb, den größten Marktanteil.

Segment Sonstige

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

Das Teilsegment Ströer Polen wird durch die Ströer Polska Sp. z.o.o. geführt. Wesentliche Tochtergesellschaft ist die Ströer City Marketing Sp. z.o.o. In Polen hat Ströer – gemessen an vergleichbaren Umsatzerlösen – zusammen mit einem ähnlich großen Wettbewerber die Marktführerschaft inne. Unsere Landesgesellschaft ist mit rund 15.000 vermarktbar- en Werbeflächen in zirka 160 Städten und Gemeinden vertreten und in allen Produktgruppen des Konzerns tätig.

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

Online-Geschäft

Segment Online

Im Segment Online bietet die Ströer Gruppe digitale Werbeflächen im Internet und auf mobilen Endgeräten. Unter der Zwischenholding Ströer Digital Group GmbH sind die Tochterfirmen Ströer Digital Media, Ströer Mobile Media, Ströer Primetime, adscale, businessAD und MBR targeting gebündelt. Mit ihren zehn Tochterfirmen nimmt die Ströer Digital Group eine führende Position im Bereich der Werbevermarktung in Deutschland ein und deckt die komplette Wertschöpfungskette der digitalen Vermarktung ab: von klassischer Online-Bannerwerbung über Sonderwerbeformate und individuelle Werbeintegrationen bis hin zu Video- und Mobile Advertising. Durch das umfangreiche Angebot unterschiedlicher Werbeformate, das umfassende Portfolio attraktiver Werbeumfelder und die ausgefeilten technologischen Lösungen kann die Ströer Digital Group sowohl die Nachfrage nach Branding- (Imagekampagnen) als auch nach Performance-Kampagnen (transaktionsorientierte Lösungen) bedienen. Die Ballroom International Group bietet vergleichbare Kommunikationslösungen mit besonderem Fokus auf unsere ausländischen Kernmärkte Polen und Türkei an. Insgesamt erreichen wir zirka 100 Millionen Unique User pro Monat in unseren Kernmärkten.

Technologieplattform

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

adscale ist einer der führenden Marktplätze für digitale Werbung in Deutschland. Werbungtreibenden und Webseiteninhabern bietet adscale einen transparenten und reichweitenstarken Handelsplatz für digitale Werbeflächen. Das Unternehmen arbeitet mit namhaften Vermarktern und allen großen Mediaagenturen sowie mit Direktkunden und Drittanbietern zusammen. Über verschiedene Optimierungstechnologien wie z. B. Targeting und Real Time Bidding können Kampagnen auf adscale effizient gesteuert werden. Auf adscale können Werbungtreibende für ihre Kampagnen aus einem Portfolio von über 5.000 Webseiten ihre Zielgruppen herausfiltern. Monatlich werden rund 43 Millionen Unique Visitors erreicht und rund zwölf Milliarden Ad Impressions erzielt (Stand Ende 2013). adscale erreicht mit seinem breit gefächerten Portfolio von rund 5.000 Webseiten knapp drei Viertel aller deutschen Internetnutzer.¹⁾

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

Display-, Video- und Mobilvermarktung

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

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

¹⁾ Quelle: comScore, Dezember 2013

²⁾ pro Monat

³⁾ Quelle: AGOF internet facts, Oktober 2013

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

Internationale Online-Vermarktung

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

Beteiligungen und Standorte

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

Ströer Media AG						
	100 %	90 %	100 %	90 %	100 %	62,3 %
Führungsgesellschaft	Ströer Media Deutschland GmbH	Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S.	Ströer Polska Sp. z.o.o.	BlowUP Media GmbH	Ströer Digital Group GmbH	Ballroom International CEE Holding GmbH
Geografische Aktivität	Deutschland	Türkei	Polen	Deutschland/GB/Benelux/Spanien/Frankreich	Deutschland	Deutschland/Ungarn, Türkei/Polen/Tschechien
Beteiligungsgesellschaften¹⁾	22	2	4	6	10	14
Segmentumsatz 2013	421 Mio. EUR	95 Mio. EUR	56 Mio. EUR		64 Mio. EUR	
Segment	Deutschland	Türkei	Sonstige		Online	

¹⁾ Anzahl der voll und quotal konsolidierten Gesellschaften

Leitung und Kontrolle

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

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

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

Der Aufsichtsrat der Ströer Media AG besteht aktuell aus sechs Mitgliedern. Für die im Jahr 2013 ausgeschiedenen Herren Binkowska und Dr. Seitz sind die Herren Vilanek und Voigt dem Aufsichtsrat beigetreten. Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Bei Stimmgleichheit hat der Aufsichtsratsvorsitzende die entscheidende Stimme. Zur Steigerung der Effizienz bilden darüber hinaus jeweils drei Mitglieder des Aufsichtsrats den Prüfungsausschuss und den Präsidialausschuss. Nähere Ausführungen zum Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat und zu weiteren Standards von Unternehmensführung und -kontrolle finden sich in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 HGB, welche auch die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCKG) enthält. Daneben geben Vorstand und Aufsichtsrat gemäß Ziffer 3.10 DCGK jährlich einen gemeinsamen Corporate-Governance-Bericht heraus. Alle Dokumente werden auf der Homepage der Ströer AG (<http://ir.stroer.de>) veröffentlicht.

Märkte und Einflussfaktoren

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

Kunden buchen ihre Aufträge in der Außenwerbebranche teilweise mit einer Vorlaufzeit von nicht viel mehr als acht Wochen. Dies unterstreicht den Trend zu immer kürzeren Vorausbuchungsfristen. Die saisonalen Schwankungen im Auftragsbestand verlaufen analog zur Entwicklung des übrigen Medienmarktes. Schwerpunkte der Außenwerbeaktivitäten liegen generell im zweiten und vierten Quartal. Auf der Kostenseite sind die Entwicklung der Miet- und Pachtzahlungen sowie der Personal- und sonstigen Gemeinkosten wesentliche Einflussfaktoren. Im Online-Bereich sind die

Vorausbuchungsfristen der Kunden bedingt durch den hohen Automatisierungsgrad im Vergleich zur Außenwerbung noch einmal kürzer. Die höchste Umsatzaktivität wird in der Online-Branche üblicherweise im vierten Quartal beobachtet. Ein wichtiger Einflussfaktor für die Online-Vermarktung ist die weitere Durchdringung des Marktes mit Targeting/Re-Targeting, Real Time Bidding (RTB) und Bewegtbild-Angeboten. Wesentliche Kostentreiber sind neben den an die Webseitenbetreiber abzuführenden Kommissionen insbesondere die Aufwendungen für Personal und den IT-Betrieb.

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

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

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

Strategie und Steuerung

Wertorientierte Strategie

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

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

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

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

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

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

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

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

Ausbau des Multi-Screen-Angebots

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

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

Im Berichtsjahr hat die Ströer Gruppe bereits erste integrierte Angebote, insbesondere durch Kombination von Digital Out-of-Home und Online-Video, im Markt platziert. Ziel ist, den Anteil der Multi-Screen-Produkte an den Gesamterlösen in den nächsten Jahren deutlich zu steigern und in diesem Zusammenhang auch einen größeren Teil der Erlöse aus der Außenwerbung über DOOH zu erzielen. Wesentlicher Wachstumshebel ist dabei Ströer Primetime, die als Exklusivvermarkter des Multi-Screen-Portfolios seit September 2013 die Bewegtbild-Werbung auf Personal Screens (Smartphone und Tablet), Home Screens (PC) und Public Screens (Digital-Out-of-Home-Displays) bündelt. So erhalten die Kunden alle wesentlichen Leistungen für ihre Bewegtbild-Kampagnen aus einer Hand – von der cross-medialen Planung über die Buchung bis hin zur Kampagnenkontrolle. Die gruppenweite Vermarktung der Multi-Screen-Kampagnen wird künftig durch eine neue Ad-Server-Lösung erleichtert, die als Multi-Screen-Planungs- und Buchungstool eine dynamische und regionale Aussteuerung ermöglichen wird. Bereits jetzt erreichen wir durch Ströer Primetime ca. 500 Millionen Ad Impressions in der Woche.¹⁾ Zurzeit umfasst unser digitales Außenwerbepportfolio zirka 2.800 Screens an hoch frequentierten Standorten. Bei den digitalen Formaten werden wir uns weiterhin auf Standorte in Bahnhöfen und Einkaufszentren in Deutschland sowie auf großformatige Standorte in den Märkten der BlowUP-Gruppe konzentrieren.

Steigerung lokaler und regionaler Werbeerlöse

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

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

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

¹⁾ Unternehmensangaben

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

Innovative Produktentwicklung sichert Technologieposition

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

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

Die Aktivitäten waren im Jahr 2013 wesentlich durch die Modularisierung des Produktportfolios zur Steigerung der Produktqualität geprägt. Daneben waren die Optimierung der Beleuchtungs-/Hinterleuchtungssysteme der Werbeträger und der hiermit verbundenen Reduzierung des Energieverbrauchs im Bereich bestehender Produktreihen Schwerpunkte der Produktentwicklung.

Entscheidend für die Attraktivität des Out-of-Home-Channel für die Werbe- und Mediaagenturen ist die zeitliche Synchronisierung der Screens, wodurch eine aufmerksamkeitsstarke Markeninszenierung und die visuelle Dominanz der werblichen Videobotschaft sichergestellt sind. Die Weiterentwicklung wird unter anderem LED-Videoboards beinhalten, die dann auch im Outdoor-Bereich eingesetzt werden können. Im Jahr 2013 wurden bereits doppelseitige LED-Anlagen projektiert und getestet, die in den kommenden Jahren im Markt eingeführt werden sollen.

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

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

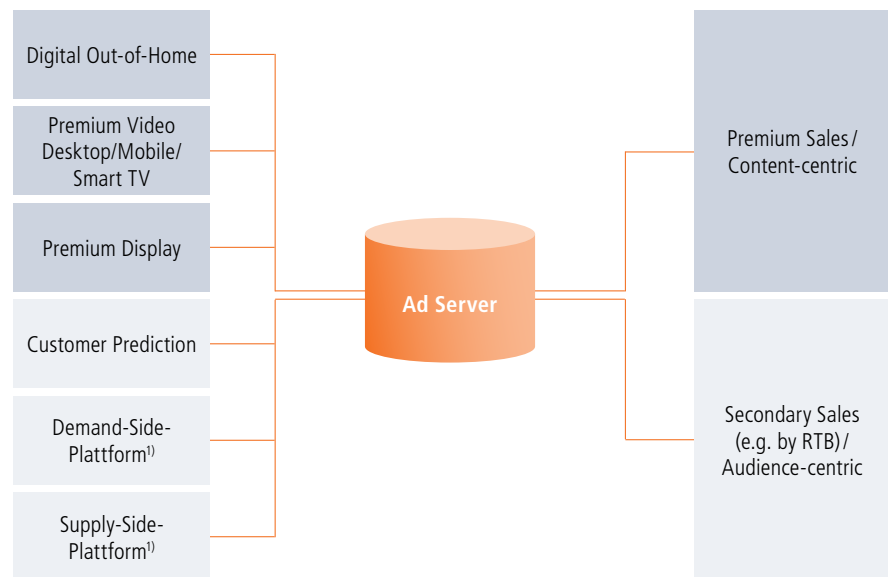
Die Online-Strategie basiert auf der führenden, fortlaufend weiterentwickelten Technologieposition, die lokale und regionale Performance-Ansätze ebenso ermöglicht wie die Direktvermarktung. Erfolgsentscheidend sind dabei Technologien für die zielgenaue Aussteuerung von Kampagnen und das professionelle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

Ströer baut mit Entwicklern in Neuseeland, Deutschland und der Tschechischen Republik seinen führenden Marktplatz für digitale Werbung, insbesondere in den Bereichen Real Time Bidding und Targeting, aus. Für die Einbindung externer Traffic-Quellen wurde im Berichtsjahr eine Demand-Side-Plattform (DSP) entwickelt, die es Werbungtreibenden erlaubt, Werbeflächen anderer Anbieter über adscale automatisiert einzukaufen. Mit Einführung der DSP bildet adscale nun nahezu den gesamten deutschen Markt für Online-Display-Werbung ab.

Durch die ebenfalls im Berichtsjahr verbesserten Targeting-Mechanismen unterstützt adscale Kunden bei der Optimierung ihrer Werbekampagnen. Die neuen Targeting-Algorithmen ermöglichen es unter anderem, potenzielle Neukunden im Internet zu identifizieren (Neukunden-Prediction) und anschließend mit einer Kampagne gezielt anzusprechen. Auch das Retargeting von Bestandskunden erfolgt präziser. Im Endeffekt können Werbekunden gezielt über Programmatic Buying genau dieje-

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

Optimierung von Werbekampagnen mittels Ad Server



¹) Display, Video, Mobile

Die Technologieposition hinsichtlich der exakten Identifizierung von Online-Zielgruppen und der Auslieferung von transaktionsbasierten Performance-Kampagnen wurde im vierten Quartal 2013 durch Erwerb der MBR targeting nochmals verbessert. Der benutzerzentrierte Consumer-Action-Mining (CAM)-Algorithmus von MBR ermöglicht die Verarbeitung großer Datenmengen in Echtzeit und ist weniger fehleranfällig, deutlich dynamischer und effizienter als vergleichbare Targeting-Technologien. Damit kann Ströer die wachsenden Performance-Anforderungen der Kunden erfüllen und das Inventar der Publisher noch besser kapitalisieren.

Mit unseren auf Performance ausgerichteten Produkten werden wir künftig die gesamte digitale Wertschöpfungskette vom Ad Server über Demand- und Supply-Side-Plattform, Real Time Bidding und Ad exchanges bis hin zu Targeting mit proprietärer Technologie abbilden. Wir nutzen konsequent die Potenziale von „Big Data“ für eine sehr genaue Zielgruppenansprache in der zunehmend internationalen Online-Vermarktung. Damit sichern wir unseren Kunden und Publishern vor allem im wachstumsstarken Bereich der automatisierten Werbevermarktung (Real Time Advertising) einen technologischen Vorsprung.

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

Internationalisierung

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

Wertorientierte Steuerung

Wir steuern den Konzern nach Maßgabe intern definierter finanzieller und nicht finanzieller Kennzahlen im Sinne der nachhaltigen Wertentwicklung. Durch eine konzernweit in allen Gesellschaften implementierte Reporting-Struktur ist gewährleistet, dass wir regelmäßig über den Wertbeitrag sämtlicher Konzerngesellschaften und des Konzerns insgesamt informiert sind. Unser Ziel ist dabei die nachhaltige Wertschaffung über den gesamten Konjunkturzyklus hinweg. Gleichzeitig stellen wir dadurch sicher, dass wir die durch unsere Kreditgeber vorgegebenen Auflagen einhalten. Das wertorientierte Management schlägt sich auch in der erfolgsorientierten Vergütung des Vorstands nieder. Als Werttreiber verstehen wir die wesentlichen internen und externen Einflussfaktoren für die geschäftliche Entwicklung. Wichtige finanzielle Steuerungsgrößen für den Konzern sind die Umsatzerlöse, das Operational EBITDA, der Cash-Flow aus operativer Tätigkeit sowie die Nettoverschuldung und die daraus abgeleitete Verschuldungsquote.

→ Nähere Informationen zur Finanzierungsstrategie finden Sie auf Seite 38

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

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

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

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

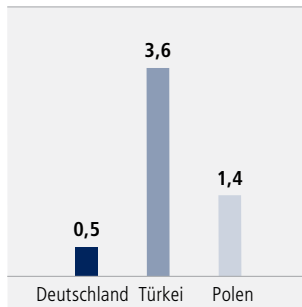
Als nicht finanzielle Indikatoren berücksichtigen wir die zunehmende Digitalisierung unseres Geschäftsmodells gemessen an anteiligen Umsätzen des digitalen Out-of-Home- und Online-Geschäfts an unserem Gesamtumsatz, ebenso wie bestimmte Kennzahlen zur Beschäftigungssituation wie z. B. die Mitarbeiterzahl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

WIRTSCHAFTSBERICHT

Wirtschaftliches Umfeld

Konjunkturelle Entwicklung

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



Quelle: OECD Economic Outlook 94, November 2013

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen 2013

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

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

Deutschland

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

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

Türkei

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

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

Polen

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

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

Entwicklung der Außen- und Online-Werbebranche 2013

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

Deutschland

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

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

Türkei

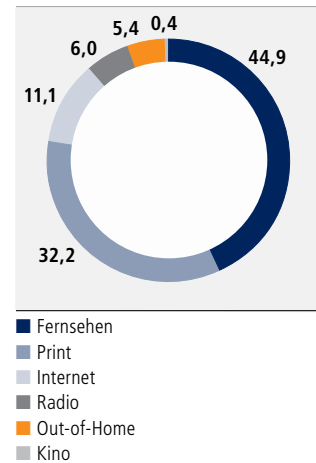
Der türkische Werbemarkt hat sich im Jahr 2013 aufgrund des robusten makroökonomischen Umfelds des Landes insgesamt wieder besser als im Vorjahr entwickelt. Auf Basis des im Dezember 2013 veröffentlichten ZenithOptimedia¹⁾-Reports gehen wir von einem Wachstum des gesamten Werbemarktes von real etwa 4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

¹⁾ Quelle: Publicis

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

Marktanteile der Medien in Deutschland (2013)

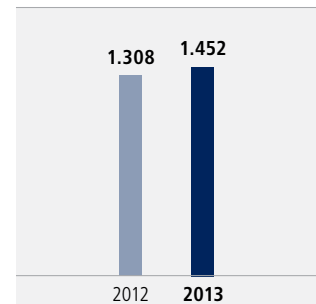
In %



Quelle: Nielsen Werbestatistik

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Out-of-Home*

In Mio. EUR

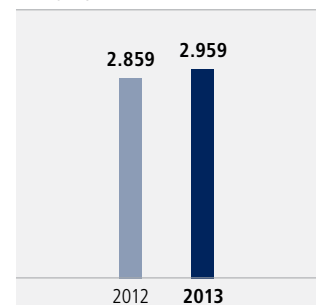


*Out-of-Home = Plakat + Transport + At-Retail-Media

Quelle: Nielsen Media Research

Deutschland: Bruttowerbeausgaben im Segment Internet

In Mio. EUR



Quelle: Nielsen Media Research

Polen

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

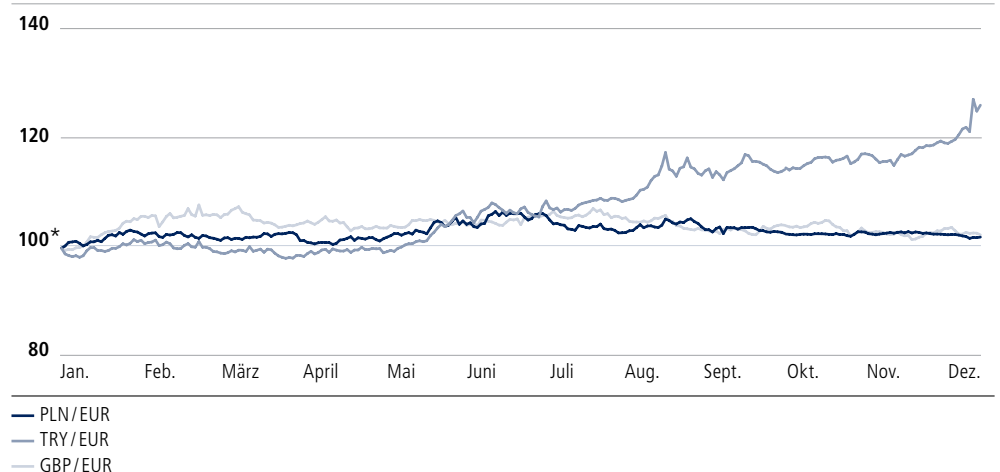
Wechselkursentwicklung

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

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

Wechselkursentwicklung 2013

Indiziert



*2.1.2013 = 100, Kursverläufe indiziert

Quelle: Deutsche Bundesbank

Ertragslage Gruppe und Segmente

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage durch den Vorstand

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

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

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

Vergleich des prognostizierten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

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

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

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

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

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

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

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

Ertragslage des Konzerns

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

Umsatzentwicklung

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

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

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

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

Die Umsatzentwicklung in der Außenwerbebranche unterliegt generell ähnlichen saisonalen Schwankungen wie die gesamte übrige Medienbranche. Dies beeinflusst auch die unterjährige Entwicklung des Ströer Konzerns. Während das zweite und das vierte Quartal generell durch höhere Umsatz- und Ergebnisbeiträge geprägt sind, fallen das erste und das dritte Quartal regelmäßig schwächer aus. Dieses Muster wird in der nachfolgenden Tabelle deutlich, aus der die quartalsweisen Verteilungen von Umsatz und Operational EBITDA hervorgehen (da das Segment Online im Jahr 2013 sukzessiv aufgebaut wurde, sind dessen Umsätze in der Übersicht noch nicht enthalten).

Umsatzentwicklung nach Quartalen ohne Segment Online

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

Operational EBITDA Entwicklung nach Quartalen ohne Segment Online

In Mio. EUR

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

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

Ergebnisentwicklung

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

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

→ Wir verweisen auf die bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung auf Seite 156

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

Entwicklung wesentlicher GuV-Positionen

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Geschäfts- und Ertragslage der SegmenteStröer Deutschland

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

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

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

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

Ströer Türkei

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

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

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

Sonstige

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

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

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

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

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

Online

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

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

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

Finanz- und Vermögenslage

Grundzüge der Finanzierungsstrategie

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

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

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

Die Finanzierung der Ströer Gruppe ist strukturell so ausgestaltet, dass sie uns ein ausreichendes Maß an unternehmerischer Flexibilität ermöglicht, um dadurch angemessen auf Markt- bzw. Wettbewerbsveränderungen reagieren zu können. Daneben sehen wir in der kontinuierlichen Optimierung unserer Finanzierungskosten und Kreditauflagen sowie in der Diversifikation der Kapitalgeber weitere wichtige Finanzierungsziele.

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

Der externe Finanzierungsspielraum wird im Ströer Konzern aktuell durch ein Bankensyndikat aus zehn ausgewählten in- und ausländischen Finanzinstitutionen zur Verfügung gestellt. Es handelt sich hierbei um ein langfristig bis Juli 2017 ausgereichtes endfälliges Darlehen in Höhe von 275 Millionen Euro sowie eine revolvingende Betriebsmittellinie mit gleicher Fälligkeit in Höhe von 225 Millionen Euro. Die Vergabe der Darlehensmittel erfolgte unbesichert. Am Bilanzstichtag vereinte keine Bank mehr als 25 Prozent aller Kreditbeträge auf sich, wodurch sich eine ausgewogene Diversifizierung der Kreditbereitstellung ergibt. Da wir die Betriebsmittellinie einschließlich der Ausnutzung durch Avale zum Bilanzstichtag 2013 mit 58,9 Millionen Euro in Anspruch genommen haben, stehen uns über den bestehenden Kassensaldo (43,1 Millionen Euro) hinaus substantielle ungenutzte Finanzierungsspielräume zur Verfügung. Die Kreditmargen für die verschiedenen Kredittranchen bewegen sich je nach Verschuldungsquote in einer Bandbreite zwischen 175 und 360 Basispunkten. Die Kreditauflagen (Financial Covenants) entsprechen marktüblichen Usancen und betreffen zwei Kennziffern (Leverage Ratio und Fixed Charge Ratio), die auch zum Jahresende mit deutlichem Abstand zur jeweiligen Covenant-Grenze eingehalten wurden. Zum 31. Dezember 2013 standen nicht in Anspruch genommene kurz- und langfristige Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro (Vj.: 193,5 Millionen Euro) zur Verfügung.

Die Darlehen sind überwiegend variabel verzinst. Für rund 40 Millionen Euro dieser syndizierten Kreditfazilitäten bestehen Festzinsswaps, deren Laufzeit allerdings Anfang 2015 enden wird. Im Geschäftsjahr 2013 sind vor der Finanzkrise abgeschlossene Zinsderivate im Volumen von 70 Millionen Euro ausgelaufen. Als Bestandteil der Finanzierungsstrategie setzt sich der Vorstand regelmäßig mit der möglichen Absicherung von Zinsänderungsrisiken durch den Einsatz von Festzinsderivaten auseinander.

Im Cash-Management konzentrieren wir uns auf die Steuerung unserer Liquidität sowie die Optimierung der Zahlungsströme innerhalb des Konzerns. Dabei wird der Finanzierungsbedarf von Tochtergesellschaften – soweit nicht über die Innenfinanzierung der Gesellschaft abbildbar – prinzipiell über interne Darlehensbeziehungen im Rahmen von automatisiertem Cash-Pooling abgedeckt.

Im Ausnahmefall werden auch Kreditlinien mit lokal ansässigen Banken vereinbart, um rechtlichen, steuerlichen oder betrieblichen Anforderungen Rechnung zu tragen. Diesem Leitgedanken entsprechend erfolgte die Finanzierung der Tochtergesellschaften auch im Jahr 2013 hauptsächlich über die Konzernholding. Auf Konzernebene werden die in den einzelnen Einheiten bestehenden Liquiditätsüberschüsse – soweit rechtlich möglich – zusammengeführt und vom Konzern-Treasury verwaltet. Über die Konzernholding stellen wir jederzeit sicher, dass der Finanzierungsbedarf der einzelnen Ströer Konzerngesellschaften adäquat gedeckt wird.

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

Durch den Aufbau der Online-Werbevermarktung ist unsere Nettofinanzverschuldung im abgelaufenen Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr moderat auf insgesamt 326,1 Millionen Euro angestiegen. Im Jahr 2013 haben die Ströer AG sowie ihre Konzerngesellschaften alle Kreditauflagen und Verpflichtungen aus Finanzierungsverträgen erfüllt.

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

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

Gesamtaussage zur Finanz- und Vermögenslage

Der Ströer Konzern zeichnet sich durch eine ausgewogene und solide Finanz- und Vermögenslage aus. Die Finanzierung ist durch eine syndizierte Kreditfazilität bis Mitte 2017 sichergestellt. Die in diesem Zusammenhang gewährten Kreditlinien verschaffen Ströer einen komfortablen Finanzierungsspielraum, um auch künftig die sich am Markt bietenden Chancen flexibel nutzen und die Unternehmensstrategie an Marktveränderungen anpassen zu können. Der Konzern verfügte zum Stichtag über liquide Mittel in Höhe von 43,1 Millionen Euro (Vj.: 23,5 Millionen Euro) sowie über langfristig zugesagte, nicht gezogene Kreditlinien in Höhe von 166,1 Millionen Euro (Vj.: 193,5 Millionen Euro). Der dynamische Verschuldungsgrad – als Quotient aus Nettoverschuldung und Operational EBITDA – belief sich zum Ende des Berichtsjahres auf 2,8 (Vj.: 2,8). Dabei wurde eine erhöhte Nettoverschuldung durch ein spürbar verbessertes Operational EBITDA kompensiert. Die Eigenkapitalausstattung des Ströer Konzerns ist in absoluten Beträgen gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Die Eigenkapitalquote gab aufgrund der erhöhten Bilanzsumme gegenüber dem Vorjahr (32,4 Prozent) leicht auf 30,9 Prozent nach, stellt sich aber nach wie vor als sehr komfortabel dar.

Finanzlage

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

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

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

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

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

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

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

Finanzstrukturanalyse

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

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

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

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

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

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

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

Kosten der Kapitalstruktur

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

→ Weitere Ausführungen finden Sie im Anhang im Abschnitt „Immaterielle Vermögenswerte“ auf Seite 119

Vermögenslage

Konzernbilanz

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

Vermögensstrukturanalyse

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

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

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

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

Zum **Nicht bilanzierten Vermögen** des Ströer Konzerns zählt ein erheblicher Bestand an selbst geschaffenen Werberechtskonzessionen mit Kommunen und privaten Vermietern. Hintergrund ist, dass nur solche Werbenutzungsrechte als immaterielle Vermögenswerte bilanziert werden, die im Rahmen von Unternehmenskäufen erworben wurden. Auf der Absatzseite verfügen wir aufgrund unserer starken Marktposition darüber hinaus über ein breit aufgestelltes Portfolio an tragfähigen Kundenbeziehungen. Von diesen Kundenbeziehungen ist der größte Teil ebenfalls als nicht bilanziertes Vermögen einzustufen. Sonstige finanzielle Verpflichtungen beliefen sich per 31. Dezember 2013 auf 1.062,9 Millionen Euro (Vj.: 1.163,7 Millionen Euro) und betrafen sowohl Verpflichtungen aus noch nicht abgeschlossenen Investitionen als auch Leasingverhältnisse auf Basis von Operating-Lease-Verträgen. Letztere sind aufgrund der gewählten Vertragsstrukturen nicht im Anlagevermögen zu bilanzieren.

ANGABEN ZUR STRÖER MEDIA AG

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

Beschreibung der Gesellschaft

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

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

Ertragslage

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vermögens- und Finanzlage

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

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

Vermögensstrukturanalyse

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

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

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

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

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

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

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

Finanzstrukturanalyse

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

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

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

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

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

Liquiditätsanalyse

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

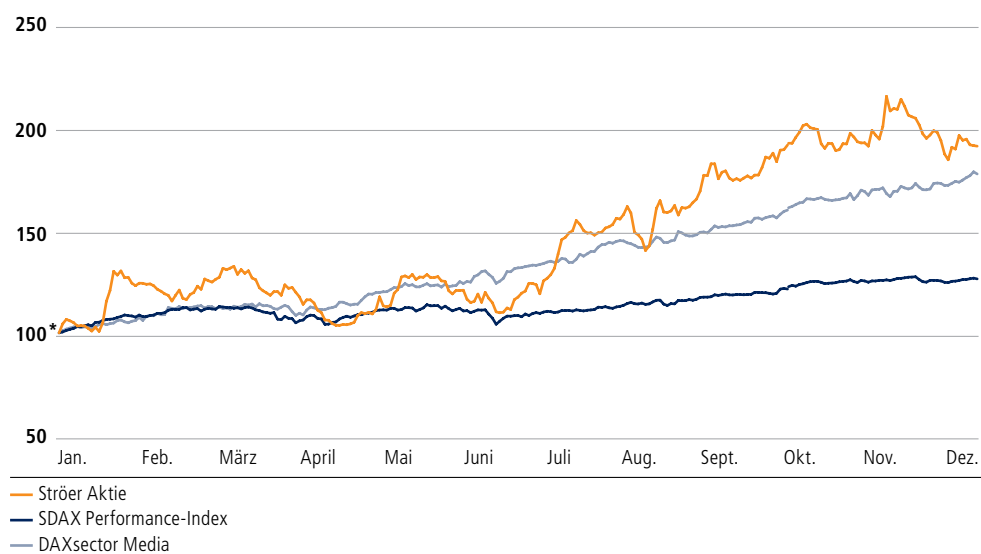
Die voraussichtliche Entwicklung der Ströer AG hängt aufgrund ihrer Eigenschaft als Konzernmuttergesellschaft von der Entwicklung des Gesamtkonzerns ab. Wir gehen aufgrund der im Prognosebericht des Konzerns dargestellten Entwicklung der Ertragslage für das Jahr 2014 davon aus, dass die Tochtergesellschaften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

INFORMATIONEN ZUR AKTIE

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

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

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



*2.1.2013 = 100, Kursverläufe indiziert, Schlusskurse XETRA
Quelle: Bloomberg

Gezielte Investor Relations

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

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

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

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

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

Ordentliche und außerordentliche Hauptversammlung

Am 8. August 2013 fand in Köln unsere jährliche Hauptversammlung statt. Bei einer Präsenz von 87 Prozent des Grundkapitals wurden alle Beschlussvorschläge des Aufsichtsrats und des Vorstands mit Zustimmungsraten von jeweils über 90 Prozent angenommen. Hierzu zählten auch die Ermächtigung zur Ausgabe von Aktienoptionen im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2013 sowie die Schaffung eines Bedingten Kapitals zur Bedienung dieser Aktienoptionen. Gemäß des neuen § 6a der Satzung ist das Grundkapital um bis zu 3.176.400 Euro durch Ausgabe von bis zu 3.176.400 auf den Inhaber lautende Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung von Aktien an die Inhaber von Aktienoptionsrechten aus dem Aktienoptionsprogramm 2013. Den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats wurde für das Geschäftsjahr 2012 Entlastung erteilt. Als Mitglied des Aufsichtsrats bestätigt wurde Christoph Vilanek, CEO der freenet AG, der dem Gremium mindestens bis zur Hauptversammlung 2016 angehören wird. Des Weiteren wurde über die Verwendung des Bilanzgewinns abgestimmt und die Aufsichtsratsvergütung neu geregelt sowie die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer bestellt.

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

Börsennotierung, Marktkapitalisierung und Handelsvolumen

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

Analystenstudien

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

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

*Stand 30.12.2013

Kapitalmaßnahmen und Aktionärsstruktur

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

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

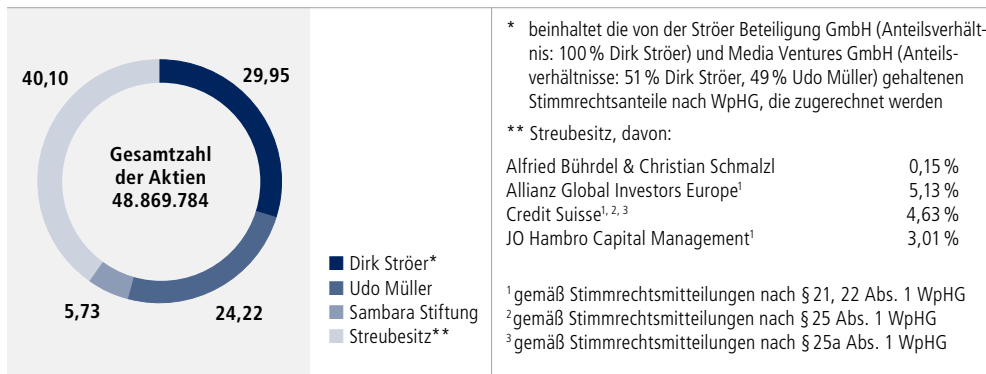
Udo Müller, Vorsitzender des Vorstands, hält 24,22 Prozent, Dirk Ströer, Mitglied des Aufsichtsrats, 29,95 Prozent und die Vorstandsmitglieder Alfried Bührdel (ausgeschieden zum 21. Februar 2014) und Christian Schmalzl halten zusammen rund 0,15 Prozent der Aktien an der Ströer Media AG. Der Streubesitz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

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

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

Aktionärsstruktur der Ströer Media AG

In %



Kenndaten der Ströer Media AG Aktie

Grundkapital	48.869.784 EUR
Anzahl der Aktien	48.869.784
Gattung	Nennwertlose Inhaberstammaktien (anteiliger Betrag von 1,00 EUR je Aktie am Grundkapital)
ISIN	DE0007493991
WKN	749399
Börsenkürzel	SAX
Reuters	SAXG.DE
Bloomberg	SAX/DE
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Sektor	DAXsector All Media (Performance)
Index	SDAX
Erstnotierung	15. Juli 2010
Designated Sponsors	Close Brother Seydler Bank AG
Jahresanfangskurs 2013 (2. Januar)	6,75 EUR
Jahresendkurs 2013 (30. Dezember)*	12,90 EUR
Höchstkurs 2013 (20. November)*	14,60 EUR
Tiefstkurs 2013 (2. Januar)*	6,75 EUR

*XETRA-Schlusskurs in EUR

Dividendenpolitik

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

MITARBEITER

Die Entwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter ist entscheidend für den Erfolg der Ströer Gruppe. Wesentliches Instrument ist unser qualifiziertes On-the-Job-Training. Demografischer Wandel und die veränderte Erwartungshaltung junger Absolventen führen zu stetig steigenden Anforderungen an die Rekrutierung und interne Entwicklung von geeigneten Mitarbeitern, gerade auch für zukünftige Führungsaufgaben. Deshalb sind engagierte und kompetente Beschäftigte eine wichtige Grundlage für unternehmerischen Erfolg, für Innovationsfähigkeit und Wertsteigerung. Ströer möchte sicherstellen, dass Mitarbeiter sich langfristig an das Unternehmen binden und sich mit ihm identifizieren. Entsprechend großen Wert legt Ströer darauf, die Attraktivität als Arbeitgeber über eine nachhaltige Personalpolitik und flexible Arbeitszeitmodelle zu gewährleisten.

Mitarbeiterzahl

Der Ströer Konzern beschäftigte zum Jahresende 2.223 (Vj.: 1.750) Mitarbeiter in Voll- und Teilzeit. Durch die Akquisitionen im Unternehmensbereich Online kamen 198 Stellen im Inland sowie 229 im Ausland dazu. Im nächsten Jahr rechnen wir mit einer steigenden Tendenz unserer Mitarbeiterzahl durch den Aufbau unserer Vertriebsstruktur sowie eine steigende Mitarbeiterzahl im Online-Segment.

Betriebszugehörigkeit

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

Altersstruktur

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

Geschlechterverteilung

Der Anteil weiblicher Beschäftigter hat sich mit einem Rückgang um 2,1 Prozent auf hohem Niveau stabilisiert. Zum Jahresende waren in etwa gleich viele Frauen und Männer in der Ströer Gruppe beschäftigt.

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

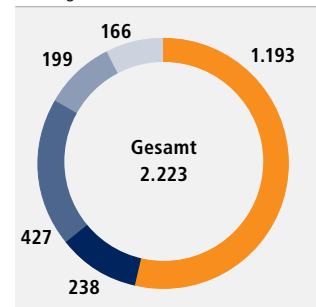
Ausbildung

Unsere Ausbildungsstrategie haben wir auch im Jahr 2013 konsequent verfolgt. Ströer bildet zum Stichtag in den Berufsbildern Mediengestalter Digital & Print, Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute für Marketingkommunikation und Fachinformatiker bundesweit insgesamt 45 Nachwuchskräfte aus. Die Anzahl ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich gestiegen. Im Laufe des Jahres 2013 haben wir in Deutschland 16 neue Auszubildende eingestellt.

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

Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

Stichtag 31.12.2013

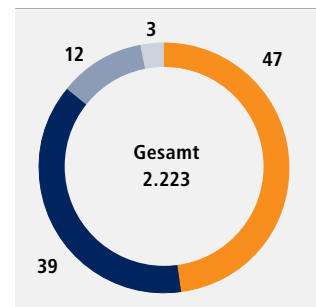


- Ströer Deutschland
- Ströer Türkei
- Online
- Sonstige¹⁾
- Holding

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

Altersstruktur der Mitarbeiter im Ströer Konzern

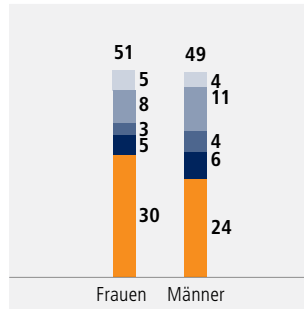
2013 in %



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

Geschlechterverteilung der Mitarbeiter nach Unternehmensbereichen

2013 in %



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

¹⁾ Sonstige: BlowUP & Polen

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

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

In Zukunft möchten wir unsere Arbeitszeitmodelle weiter flexibilisieren und Vertrauensarbeit zusammen mit Zielvereinbarungen über die gesamte Ströer Gruppe einführen. Dadurch möchten wir dem Arbeitnehmer auch ermöglichen, Arbeitszeit und Privatleben besser zu synchronisieren sowie unternehmerische Ziele eigenverantwortlich umzusetzen.

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

VERGÜTUNGSBERICHT

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

Vergütungen des Vorstands

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

Die Vergütung des Vorstands setzte sich auch im Geschäftsjahr 2013 aus zwei wesentlichen Komponenten zusammen:

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

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

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

Die variablen Vergütungen für das Geschäftsjahr 2013 orientierten sich an folgenden Kennzahlen bzw. Zielvorgaben:

Short Term Incentives (STI)

- Cash-Flow aus operativer Geschäftstätigkeit

Long Term Incentives (LTI)

- Kapitalrendite
- Umsatzwachstum
- Aktienkurs

Die LTI-Vergütungen umfassen einen Zeitraum von drei bzw. vier Jahren und übersteigen in ihrer Gewichtung die STI-Vergütungen. Im Jahr 2013 kamen LTI-Beträge in Höhe von TEUR 476 zur Auszahlung.

Kapitalrendite auf Basis adj. EBIT / Capital Employed

Diese Vergütung hängt von der Kapitalverzinsung über einen Zeitraum von drei Jahren ab. Benchmark hierfür ist die Erzielung einer Verzinsung in Höhe der Kapitalkosten des Unternehmens. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 320. Die Vergütung kann maximal den doppelten Betrag erreichen, wofür eine deutlich über den Kapitalkosten liegende Verzinsung in der Drei-Jahres-Periode zu erreichen wäre. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von null Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Umsatzwachstum

In einem Drei-Jahres-Zeitraum wird das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft verglichen mit dem durchschnittlichen Wachstum des Werbemarktes, gemessen an der Entwicklung des jeweiligen Bruttoinlandsprodukts in den von der Gesellschaft bearbeiteten Märkten. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 357. Liegt das durchschnittliche Umsatzwachstum der Gesellschaft in dem jeweiligen Drei-Jahres-Zeitraum über diesem Vergleichswert, kann die Vergütung maximal den doppelten Wert annehmen. Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von null Euro, wenn die Benchmark entsprechend verfehlt wird.

Aktienkurs

Dieser LTI-Bestandteil ist abhängig von der Entwicklung des Aktienkurses der Gesellschaft über einen Vier-Jahres-Zeitraum gegenüber einem festgelegten Referenzkurs zu Beginn dieses Zeitraums. Bei Zielerreichung von 100 Prozent beläuft sich der zugesagte Betrag auf TEUR 263, was zum Bilanzstichtag einer Anzahl virtueller Aktienoptionen von 38.060 Stück mit jeweiligem Zeitwert von 12,90 Euro entspricht. Eine Kurssteigerung innerhalb des Vier-Jahres-Zeitraums erhöht im gleichen prozentualen Verhältnis die Vergütung dieses Gehaltsbestandteils bis auf maximal den doppelten Betrag.

Umgekehrt sinkt die Vergütung prozentual bis auf einen Betrag von null Euro, wenn der Referenzkurs entsprechend verfehlt wird. Auf Wunsch des jeweiligen Vorstandsmitglieds kann die Vergütung auch in Aktien der Gesellschaft ausgezahlt werden.

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

Aktienbasierte Vergütungen

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

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

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

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

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

Leistungen an den Vorstand bei Tätigkeitsbeendigung

Zusagen an den Vorstand für den Fall der regulären Tätigkeitsbeendigung

Altersversorgung

Es bestehen keine Versorgungszusagen bzw. anderweitige Altersversorgungen.

Abfindung

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

Zusagen an den Vorstand für den Fall der vorzeitigen Tätigkeitsbeendigung

Abfindung

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

Nachvertragliches Wettbewerbsverbot

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

Bezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats werden von der Hauptversammlung gebilligt. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine feste, erfolgsunabhängige Vergütung sowie seit 2013 Sitzungsgelder und Auslagenerstattungen.

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

Die Gesamtvergütung im Geschäftsjahr 2013 betrug 200.343,00 Euro (ohne etwaige Umsatzsteuer).

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

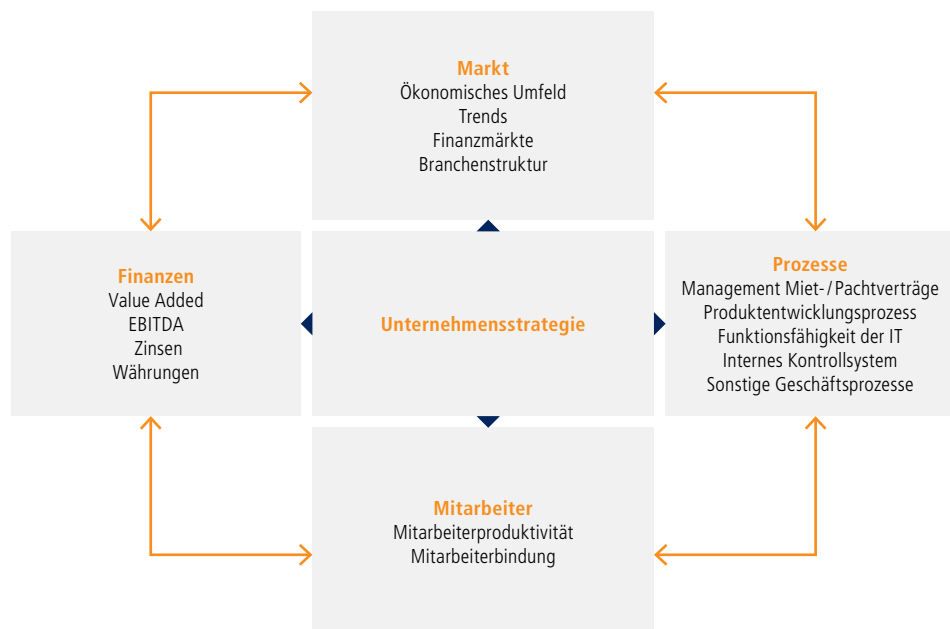
Gesamtbeurteilung der Chancen- und Risikolage durch den Vorstand

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

Chancen- und Risikomanagementsystem

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

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



In Abhängigkeit von den Zielen und Strategien der einzelnen Segmente zeichnen für das Chancenmanagement das operative Management in den Geschäftsbereichen sowie die Leiter der Holdingseinheiten verantwortlich. Das regelmäßige Managen von Chancen ist integraler Bestandteil des Planungs- und Kontrollprozesses.

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

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

Das Group Risk Management besitzt die Methoden- und Systemkompetenz. Es stellt die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikofrüherkennungssystems sicher und informiert turnusmäßig den Vorstand und Aufsichtsrat über die aktuellen Risiken des Konzerns. Der quartalsweise erstellte interne Risikobericht geht auf die verschiedenen Ursachen der Kernrisiken, ihre Eintrittswahrscheinlichkeiten und Auswirkungen (Brutto- und Nettobewertung) ein. Zudem informiert er über die Veränderungen der potenziellen Planabweichungen im Zeitablauf. Bei unerwarteten Risiken, die spezifische Wesentlichkeitsgrenzen überschreiten, ist jeder Risikoverantwortliche zur Sofort-Berichterstattung verpflichtet.

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

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

Internes Kontrollsystem

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

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

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

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

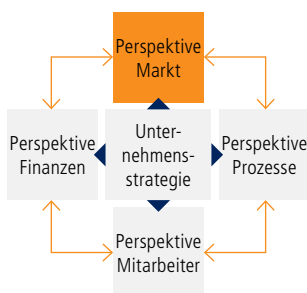
- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Konzernrechnungslegungsprozess,
- Kontrollen zur Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses und die daraus resultierenden Ergebnisse auf Ebene des Konzernvorstands sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss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

Daneben befassen wir uns auch mit der Überwachung der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, das über die Finanzberichterstattung hinausgeht und beachten damit die Anforderungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG).

Aus der Gesamtheit der identifizierten Chancen und Risiken werden nachfolgend jene Bereiche dargestellt, die aus heutiger Sicht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage im Prognosezeitraum in wesentlichem Umfang positiv oder negativ beeinflussen können.

Perspektive Markt

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



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

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

Hinsichtlich der Vermarktung könnten sich markante Planabweichungen in den einzelnen Segmenten durch mögliche Erlöseinbußen bei der Auftragserteilung gewichtiger Werbungtreibender oder Agenturen, durch Kundenverluste im intra- und intermedialen Wettbewerb oder durch reduzierte Margen infolge steigender Rabatte in der Medienbranche ergeben.

Im Bereich der Online-Medien besteht grundsätzlich das Risiko, dass die im Portfolio befindlichen Webseiten – unter anderem aufgrund von Konkurrenzangeboten – weniger Nutzerinteresse auf sich ziehen als erwartet. Eine geringer als erwartet ausfallende Zahl von Unique Visitors bzw. Unique Users oder Ad Impressions kann die Erlöse aus der Reichweitenvermarktung beeinträchtigen.

Perspektive Prozesse

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

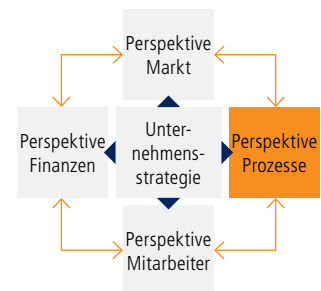
Im Betriebsprozess liegt unser Augenmerk nicht zuletzt auf möglichen Qualitätsrisiken, die mit der Sicherstellung einer hochwertigen Beschaffenheit und Bewirtschaftung unserer Werbeträger zusammenhängen. Gleiches gilt für nicht auszuschließende Störungen im Hinblick auf die ordnungsmäßige Arbeitsweise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

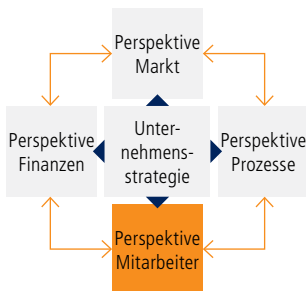
Vertriebsseitig ist nicht auszuschließen, dass die mit dem Aufbau der Handelsvertreterorganisation angestrebten signifikanten Umsatzsteigerungen im Regionalvertrieb nicht wie erwartet eintreten.

Unsere Unternehmensabläufe sowie unsere Konzernkommunikation basieren in hohem Maße auf Informationstechnologien. Folglich ist die IT-Sicherheit ein kritischer Faktor, unter dem IT-Dienstleistungen in Bezug auf Datenintegrität, Informationsvertraulichkeit, Authentizität und Verfügbarkeit erbracht werden. Eine Störung oder gar ein Ausfall der Systeme könnte zu einem erheblichen Datenverlust und einer signifikanten Beeinträchtigung der IT-gestützten Geschäftsprozesse führen. Diese Prozesse unterliegen einem kontinuierlichen Nachbesserungs- und Vereinheitlichungsprozess, wodurch die Ertragslage des Konzerns bei einer unerwarteten Entwicklung bspw. durch die Nichtfortführung einzelner Projekte wesentlich beeinflusst werden kann. Zudem ist die Ströer Gruppe grundsätzlich Kommunikationsrisiken ausgesetzt, die letztlich auch in Reputationsrisiken münden können. Mit der Konzernkommunikation und den Investor Relations verfügen wir jedoch über zwei wichtige Funktionen, um relevante Informationen rechtzeitig den entsprechenden Adressaten zur Verfügung zu stellen und sämtliche geforderten Compliance- und Governance-Standards sicher einzuhalten.

Unternehmenskäufe wie der Erwerb der Online-Werbevermarkter im Jahr 2013 beinhalten naturgemäß Risiken, z. B. aus den Post-Merger-Integrationen von Mitarbeitern und Geschäftsaktivitäten, aus einem erhöhten Working-Capital-Bedarf sowie aus Steuer- und Compliance-Sachverhalten. Wir reduzieren solche Risiken durch entsprechende Analysen und angemessene Steuerungsmaßnahmen. Darüber hinaus verfügt die Ströer Gruppe über umfangreiche Erfahrungen hinsichtlich der Integration neu erworbener Gesellschaften.

Unsere geschäftlichen Aktivitäten müssen mit geltendem Recht in Einklang stehen. Wir vermindern entsprechende Risiken durch eine Reihe von Maßnahmen. So wird die Befolgung von Gesetzen über eine von unserer Rechtsabteilung geführte Compliance-Organisation abgesichert. Sie achtet darauf, dass insbesondere kartell- und kapitalmarktrechtliche Regelungen, Regelungen eines integren Geschäftsverkehrs sowie Datenschutzregelungen eingehalten werden. Weitere Maßnahmen sind die Unterstützung durch Wirtschaftsexperten und Rechtsanwälte. Aus laufenden Rechtsstreitigkeiten könnten Prozessrisiken entstehen, die letztlich von vorgenommenen Risikoeinschätzungen und damit verbundenen Rückstellungen abweichen können.





Perspektive Mitarbeiter

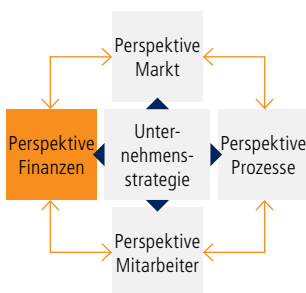
Ein wesentliches Risiko für Ströer liegt in der ungewollten Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen, sollten diese nicht oder nicht rechtzeitig durch eigene oder neue Mitarbeiter adäquat ersetzt werden. Wir wirken den Personalrisiken mit einer Reihe etablierter Maßnahmen, wie z. B. einem leistungsbezogenen Vergütungssystem, Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten oder Stellvertretungen, entgegen. Unser Profil als innovatives und attraktives Unternehmen konnten wir außerdem durch den Ausbau des neuen Segments Online weiter stärken. Insbesondere ein möglicher Mangel an Fach- und Führungskräften im Segment Ströer Online könnte zum Verlust eines technologischen Vorsprungs führen und das weitere Wachstum behindern.

Perspektive Finanzen

Aus der aktuellen Verschuldung resultiert für Ströer ein höheres Finanzierungsrisiko, dessen Tragweite von der Einhaltung der in den Kreditverträgen mit dem Bankenkonsortium vereinbarten Covenants sowie Informations- und Genehmigungspflichten abhängt.

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

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



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

Bei Verlusten von Tochtergesellschaften und sonstigen Beteiligungsunternehmen kann sich ein Beteiligungsrisiko ergeben, das sich auf die Ertragslage und Liquidität der Ströer Gruppe auswirken kann. Es ist nicht vollständig auszuschließen, dass es zu einer Berichtigung von Firmenwerten kommt, sollte die Geschäftsentwicklung einzelner Gesellschaften hinter den Erwartungen zurückbleiben.

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

Chancensituation

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

Der Strukturwandel in der Werbeindustrie, der durch die fortschreitende Digitalisierung der Medienangebote ausgelöst wurde, kann im Geschäftsjahr 2014 die Abwanderung des Anzeigengeschäfts in Printmedien hin zu Online-Medien beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann auch die Nachfrage nach Multi-Screen-Lösungen, wie sie von der Ströer Gruppe angeboten werden, über die Planungen hinaus zulegen. Ebenfalls kann das Buchungsvolumen bei mobiler Werbung – auch in Verbindung mit regional gesteuerten Kampagnen – über die Erwartungen hinaus wachsen. Aufgrund der starken Positionierung im Bereich der Performance-Technologien sowie im angestammten Out-of-Home-Geschäft verfügen wir ferner über besondere Wachstumspotenziale, die aus der stärkeren Kundennachfrage nach content-unabhängiger Werbevermarktung resultieren können.

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

Unternehmensstrategische Chancen erwachsen in erster Linie aus der konsequenten Umsetzung des voll integrierten Geschäftsmodells. In den drei Kern-Wachstumsfeldern können zusätzliche positive Effekte eintreten, auch und insbesondere im Zusammenhang mit der bereits eingeleiteten Intensivierung des Vertriebs und der generell gewachsenen Relevanz der Ströer Gruppe gegenüber Mediaagenturen. Mit unserem voll integrierten Geschäftsmodell sind wir zuversichtlich, uns im Wettbewerb mit den großen verlagsgebundenen Vermarktern und TV-Angeboten noch besser positionieren und Marktanteile gewinnen zu können.

Wichtiger Erfolgsfaktor hierfür ist die Qualität des Portfolios an Werbeträgern. Aus der engen Partnerschaft mit Städten und Betreibern von Bahnhöfen im Bereich der Außenwerbung sowie mit Publishern im Online-Segment können unter Umständen national wie international zusätzliche Potenziale ausgeschöpft werden. Sowohl in Deutschland als auch in der Türkei und Polen besitzt die Ströer Gruppe eine exponierte Position, die ihr die aktive Gestaltung der Außenwerbemärkte erlaubt. Gute Wachstumsmöglichkeiten erwarten wir auch im regionalen Geschäft.

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

PROGNOSEBERICHT¹⁾

Gesamtaussage des Vorstands zur zukünftigen Konzernentwicklung in 2014

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

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

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

Zukunftsgerichtete Aussagen

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

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

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

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

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

Zukünftige gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

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

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

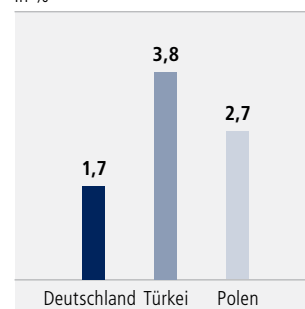
Hinsichtlich des Zins- und Kapitalmarktumfelds rechnen wir mit keiner durchgreifenden Änderung. Wenngleich die US-Notenbank Fed zum Ende des Berichtsjahres eine sukzessive Drosselung ihrer Anleihekäufe ankündigte, gehen wir im Jahresdurchschnitt von einem leicht rückläufigen Basiszinsniveau aus.

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

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

Erwartetes Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts 2014

In %



Quelle: OECD

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

Zukünftige Branchenentwicklung

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

Entwicklung des deutschen Werbemarktes

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

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

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

Entwicklung des türkischen Werbemarktes

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

Entwicklung des polnischen Werbemarktes

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

Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Ströer Gruppe

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

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

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

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

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

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

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

Segment Deutschland

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

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

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

Segment Türkei

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

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

Segment Sonstige

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

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

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

Segment Online

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

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

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

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

Geplante Investitionen

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

Für das Geschäftsjahr 2014 erwarten wir für die Ströer Gruppe – ohne Berücksichtigung neuer Unternehmenserwerbe – Gesamtinvestitionen in einer Größenordnung eines mittleren bis höheren zweistelligen Millionenbetrags. Ein erheblicher Teil der Investitionen ist nicht mit verbindlichen Investitionszusagen hinterlegt, sodass wir die Investitionssummen insbesondere im Hinblick auf die jeweilige Markt- und Unternehmenslage bei Bedarf deutlich nach unten anpassen können.

Erwartete Finanzlage

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

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

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

NACHTRAGSBERICHT

TUBE ONE Networks GmbH

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

GAN Game Ad Net GmbH

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

Niederlegung Vorstandsamt Alfried Bührdel

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

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

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

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

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

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

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

Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten

Udo Müller besitzt 24,22 Prozent und Dirk Ströer 29,95 Prozent der Gesamtzahl an Aktien. Beide Aktionäre haben ihren Wohnsitz in Deutschland. Darüber hinaus sind dem Vorstand nach dem WpHG keine Beteiligungen am Kapital gemeldet, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten.

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen

Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, existieren nicht.

Ernennung und Abberufung der Vorstandsmitglieder und Satzungsänderung

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

Befugnisse des Vorstands zur Aktienaussgabe oder zum Aktienrückkauf

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

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

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

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

Facility Agreement

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

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

Put-Option

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

KONZERNABSCHLUSS

Konzernabschluss	
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	76
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	77
Konzernbilanz	78
Konzern-Kapitalflussrechnung	80
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	82
Konzernanhang	84
Erläuterungen zum Konzernabschluss	84
Versicherung der gesetzlichen Vertreter	154
Bestätigungsvermerk	155
Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung	156

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

In TEUR	Anhang	2013	2012
Fortzuführende Geschäftsbereiche			
Umsatzerlöse	(9)	634.820	560.597
Umsatzkosten	(10)	-438.583	-386.506
Bruttoergebnis vom Umsatz		196.237	174.091
Vertriebskosten	(11)	-84.733	-75.449
Verwaltungskosten	(12)	-83.562	-71.835
Sonstige betriebliche Erträge	(13)	18.710	16.501
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(14)	-9.835	-9.622
Finanzerträge	(15)	4.481	19.515
Finanzaufwendungen	(15)	-24.228	-51.395
Ergebnis vor Steuern		17.070	1.806
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(16)	-11.957	-3.619
Ergebnis nach Steuern aus fortgeführten Geschäftsbereichen		5.113	-1.813
Konzernergebnis		5.113	-1.813
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		3.786	-2.860
Nicht beherrschende Gesellschafter		1.327	1.047
		5.113	-1.813
Ergebnis je Aktie (EUR, unverwässert)			
aus fortgeführten Geschäftsbereichen		0,08	-0,07
Ergebnis je Aktie (EUR, verwässert)			
aus fortgeführten Geschäftsbereichen		0,08	-0,07

KONZERN-GESAMTERGEBNISRECHNUNG

In TEUR	Anhang	2013	2012
Konzernergebnis		5.113	-1.813
Sonstiges Ergebnis			
Beträge, die nicht in künftigen Perioden ergebniswirksam umgegliedert werden			
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	(29)	-561	-3.637
Ertragsteuern	(16)	182	1.219
		-379	-2.418
Beträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden ergebniswirksam umgegliedert werden			
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	(8)	-30.579	5.768
Absicherung von Zahlungsströmen	(36)	0	4.900
Ertragsteuern	(16)	0	-1.590
		-30.579	9.078
Sonstiges Ergebnis nach Ertragsteuern		-30.959	6.660
Gesamtergebnis nach Ertragsteuern		-25.846	4.847
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		-25.366	3.285
Nicht beherrschende Gesellschafter		-480	1.561
		-25.846	4.847

KONZERNBILANZ

Aktiva (in TEUR)	Anhang	2013	2012
Langfristige Vermögenswerte			
Immaterielle Vermögenswerte	(19)	563.421	488.128
Sachanlagen	(20)	206.666	225.873
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(21)	0	1.300
Finanzanlagen	(22)	173	101
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(23)	12	100
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(24)	1.181	2.008
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	(24)	9.604	10.743
Ertragsteueransprüche		508	635
Latente Steueransprüche	(16)	7.292	4.370
Summe langfristige Vermögenswerte		788.858	733.258
Kurzfristige Vermögenswerte			
Vorräte	(25)	2.910	5.453
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(23)	88.871	65.607
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	(24)	10.210	11.080
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	(24)	17.670	20.059
Laufende Ertragsteueransprüche		4.498	4.799
Zahlungsmittel	(26)	43.149	23.466
Summe kurzfristige Vermögenswerte		167.309	130.463
Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte	(27)	963	0
Summe Aktiva		957.130	863.721

Passiva (in TEUR)	Anhang	2013	2012
Eigenkapital	(28)		
Gezeichnetes Kapital		48.870	42.098
Kapitalrücklage		347.391	296.490
Gewinnrücklagen		-65.681	-47.838
Kumuliertes übriges Konzernergebnis		-53.372	-24.594
		277.209	266.156
Nicht beherrschende Gesellschafter		18.822	13.419
Summe Eigenkapital		296.031	279.575
Langfristige Verbindlichkeiten			
Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	(29)	23.856	23.924
Sonstige Rückstellungen	(30)	15.512	13.244
Finanzverbindlichkeiten	(31)	351.199	310.952
Latente Steuerverbindlichkeiten	(16)	57.347	55.117
Summe langfristige Verbindlichkeiten		447.914	403.237
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Sonstige Rückstellungen	(30)	20.630	18.558
Finanzverbindlichkeiten	(31)	42.270	31.584
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(32)	107.928	80.466
Sonstige Verbindlichkeiten	(33)	35.609	34.329
Laufende Ertragsteuerverbindlichkeiten		6.748	15.973
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten		213.185	180.910
Summe Passiva		957.130	863.721

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

In TEUR	Anhang	2013	2012
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit			
Periodenergebnis		5.113	-1.813
Aufwendungen (+)/Erträge (-) aus Finanz- und Steuerergebnis		31.704	35.499
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens		75.953	66.750
Gezahlte (-) Zinsen		-17.896	-30.431
Erhaltene (+) Zinsen		49	690
Gezahlte (-)/erhaltene (+) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-22.821	-9.827
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen		3.540	-2.240
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)		-9.076	-7.696
Gewinn (-)/Verlust (+) aus Anlageabgängen		1.242	1.410
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva		13.143	-6.961
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva		-8.917	9.563
Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit		72.035	54.944
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit			
Einzahlungen (+) aus Abgängen von Sachanlagen		3.924	1.264
Auszahlungen (-) für Investitionen in Sachanlagen		-24.278	-34.928
Auszahlungen (-) für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte		-14.698	-7.694
Auszahlungen (-) für Investitionen in Finanzanlagen		0	-5
Einzahlungen (+)/Auszahlungen (-) aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen	(6)	-35.211	-2.747
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit		-70.263	-44.110

In TEUR	2013	2012
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit		
Einzahlungen (+) aus Eigenkapitalzuführungen	0	535
Auszahlungen (-) an nicht beherrschende Gesellschafter	- 10.475	- 3.593
Einzahlungen (+) der Aufnahme von Finanzkrediten	29.700	310.730
Auszahlungen (-) zur Erlangung bzw. Modifikation von Finanzkrediten	0	- 6.900
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Finanzkrediten	- 1.313	- 422.180
Cash-Flow aus Finanzierungstätigkeit	17.912	- 121.409
Finanzmittelfonds am Ende der Periode		
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	19.683	- 110.575
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	23.466	134.041
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	43.149	23.466
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds		
Zahlungsmittel	43.149	23.466
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	43.149	23.466

KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

Gezeichnetes Kapital

In TEUR

1.1.2012	42.098
Konzernergebnis	0
Sonstiges Ergebnis	0
Gesamtergebnis	0
Änderungen Konsolidierungskreis	0
Kapitalerhöhung durch Sachanlage	0
Anteilsbasierte Vergütungen	0
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen durch nicht beherrschende Gesellschafter	0
Effekte aus Anteilsänderungen an Tochtergesellschaften ohne Kontrollverlust	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener EK-Instrumente	0
Dividenden	0
31.12.2012 / 1.1.2013	42.098
Konzernergebnis	0
Sonstiges Ergebnis	0
Gesamtergebnis	0
Änderungen Konsolidierungskreis	0
Kapitalerhöhung durch Sachanlage	6.772
Anteilsbasierte Vergütungen	0
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen durch nicht beherrschende Gesellschafter	0
Effekte aus Anteilsänderungen an Tochtergesellschaften ohne Kontrollverlust	0
Verpflichtung zum Erwerb eigener EK-Instrumente	0
Dividenden	0
31.12.2013	48.870

Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Kumuliertes übriges Konzernergebnis		Summe	Nicht beherrschende Gesellschafter	Summe Eigenkapital
		Fremdwährungs- umrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	Absicherung von Zahlungsströmen			
296.490	-45.113	-29.817	-3.310	260.348	13.109	273.457
0	-2.860	0	0	-2.860	1.047	-1.813
0	-2.388	5.223	3.310	6.145	514	6.660
0	-5.248	5.223	3.310	3.286	1.561	4.847
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	540	540
0	-1.548	0	0	-1.548	1.399	-149
0	4.071	0	0	4.071	-1.099	2.972
0	0	0	0	0	-2.091	-2.091
296.490	-47.838	-24.594	0	266.156	13.419	279.575
0	3.786	0	0	3.786	1.327	5.113
0	-373	-28.778	0	-29.151	-1.807	-30.959
0	3.413	-28.778	0	-25.365	-480	-25.846
0	0	0	0	0	4.585	4.585
50.624	0	0	0	57.397	0	57.397
277	0	0	0	277	0	277
0	0	0	0	0	0	0
0	-8.351	0	0	-8.351	399	-7.952
0	-12.904	0	0	-12.904	2.778	-10.126
0	0	0	0	0	-1.879	-1.879
347.391	-65.681	-53.372	0	277.209	18.822	296.031

KONZERNANHANG ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERNABSCHLUSS

Grundlagen des Konzernabschlusses

1 Allgemeine Informationen

Die Ströer Media AG (im Folgenden kurz: „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 Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Medien, Werbung, Vermarktung und Kommunikation, insbesondere, aber nicht ausschließlich, die Vermarktung von Out-of-Home-Medien sowie die Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen. Zum Einsatz bei der Vermarktung von Out-of-Home-Medien kommen vom klassischen Billboard über Transportmedien bis hin zu elektronischen Medien alle Out-of-Home-Werbeformen.

Der Konzernabschluss der Ströer AG wurde für das Geschäftsjahr 2013 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 2013 bis 31. Dezember 2013. Der Vorstand der Ströer AG hat den Konzernabschluss am 11. März 2014 zur Weitergabe an den Aufsichtsrat freigegeben. Der Aufsichtsrat hat die Aufgabe, den Konzernabschluss zu prüfen und zu erklären, ob er den Konzernabschluss billigt.

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 bedarf der Abschätzung zukünftiger Cash-Flows und der Wahl eines angemessenen Kapitalisierungszinssatzes. Wir verweisen zu weiteren Details auf Abschnitt 19.

Beizulegende Zeitwerte bei Unternehmenserwerben

Zur Bewertung von Vermögenswerten und Schulden aus Unternehmenserwerben werden die beizulegenden Zeitwerte 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 bestimmt. Wir verweisen zu weiteren Details auf Abschnitt 6.

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. Wir verweisen zu weiteren Details auf die Abschnitte 29 und 30. Die voraussichtlichen Abbaukosten werden auf Basis von sog. Leistungsverzeichnissen und Abbauwahrscheinlichkeiten über die jeweilige geschätzte Vertragslaufzeit der Werberechtskonzessionen ermittelt. Die Abbauwahrscheinlichkeiten variieren je nach Art der zugrunde liegenden Werberechtskonzessionen (private vs. kommunale Konzessionen). Hinsichtlich der geschätzten Vertragslaufzeiten verweisen wir auf Abschnitt 3 „Wesentliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden“. Aufgrund der Tatsache, dass die Rückstellungen für eine Vielzahl von unterschiedlichen Werberechtskonzessionen ermittelt werden, ist eine Angabe von Sensitivitäten wesentlicher Einflussfaktoren an dieser Stelle nicht aussagekräftig.

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. Wir verweisen zu weiteren Details auf Abschnitt 16.

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 sowie aus der Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen.

Die Realisierung der Umsatzerlöse erfolgt zum Zeitpunkt der Leistungserbringung. Im Bereich der Out-of-Home-Medien entspricht dies dem Zeitpunkt des Aushangs der jeweiligen Werbung. Hinsichtlich der Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen wird der Umsatz in dem Zeitpunkt realisiert, in dem die Werbung den Werbekunden erreicht. Der Ausweis erfolgt jeweils 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 getroffenen 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 im Eigentum von Dritten 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 ausgewiesen wird.

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 anteilig 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 Umsatz-, Verwaltungs- und Vertriebskosten zugeordnet.

Die der Abschreibung zu Grunde liegenden konzerneinheitlichen Nutzungsdauern stellen sich wie folgt dar:

Nutzungsdauer	In Jahren
Kommunale Werberechtskonzessionen	1 – 17
Andere Werberechtskonzessionen	7 – 30
Übrige immaterielle Vermögenswerte	3 – 10
Goodwill	unbestimmt

Sowohl die Angemessenheit der Nutzungsdauern als auch die der Abschreibungsmethode wird 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 aktivierten Entwicklungskosten weisen eine bestimmbare Nutzungsdauer auf und werden zu Herstellungskosten bilanziert. Die Abschreibung erfolgt analog zu den Nutzungsdauern vergleichbarer erworbener immaterieller Vermögenswerte. Entwicklungskosten, die die Ansatzkriterien nicht erfüllen, werden periodengerecht im Aufwand erfasst.

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 technische 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	3 – 35
Übrige Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 – 15

Die geschätzten Kosten für den wahrscheinlichen Abbau von Werbeträgern nach Beendigung einer Werberechtskonzession werden als Anschaffungskosten mit dem jeweiligen Werbeträger aktiviert. Der Betrag bemisst sich an der gemäß IAS 37 „Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen“ gebildeten Rückstellung für die bestehende Abbaupflichtung.

Sofern für die Anschaffung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens Zuwendungen der öffentlichen Hand nach dem Investitionszulagengesetz gezahlt werden, werden diese Zuwendungen vom Buchwert des entsprechenden Vermögenswertes 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 erstmalige Ansatz erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten. Der beizulegende Zeitwert dieser Immobilien wird gesondert ermittelt und im Anhang angegeben (vgl. 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. Der Goodwill wird 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 Zahlungsmittel generierender 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 Leasing- 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 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 Vermögenswertes/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 sonstigen Beteiligungen in den 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 finanziellen Forderungen und sonstigen 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 der Kategorie „finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden“ sowie in „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 aufweisen.

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, z. B. in der abgesicherten 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, d. h. 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 auf temporäre 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 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) 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 werden 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 (z. B. 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 Vertrages 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.

Bei anteilsbasierten Vergütungen, die der Ströer AG das vertragliche Wahlrecht einräumen, den Ausgleich in bar oder durch Ausgabe von Aktien vorzunehmen (siehe aktuelles Aktienoptionsprogramm), geht die Gesellschaft von einem Ausgleich durch Ausgabe in Aktien aus. Insofern erfolgt die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts zum Zeitpunkt der Gewährung. Bis zur vollständigen Erdienung der aktienbasierten Ansprüche, die durch Ausgabe von Aktien erfüllt werden, erfolgt eine erfolgswirksame Verteilung des beizulegenden Zeitwerts über den Erdienungszeitraum.

Put-Optionen

Nicht beherrschenden Gesellschaftern gewährte Put-Optionen über die noch in deren Eigentum stehenden Gesellschaftsanteile werden als fiktiver Erwerb am Stichtag dargestellt. Der im Eigenkapital gebildete Ausgleichsposten für diese Anteile wird ausgebucht, stattdessen 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 Abschnitt 36 dargestellt.

Übersicht ausgewählter Bewertungsmethoden

Bilanzposten	Bewertungsmethode
Aktiva	
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 und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
Passiva	
Rückstellungen	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	Anwartschaftsbarwertmethode
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag
Finanzielle Verbindlichkeiten	
davon Earn-Out-Verbindlichkeiten	Fair Value
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	
Sonstige Verbindlichkeiten	(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 2013 verpflichtend in der Europäischen Union anzuwenden sind.

Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden oder Schätzungen

Im Geschäftsjahr 2013 hat es keine Änderungen in Bezug auf die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden oder Schätzungen gegeben.

Übernommene Standards oder Verlautbarungen ohne Auswirkungen auf die Bilanzierung des Konzerns

Die nachfolgend aufgeführten Standards oder Verlautbarungen des IASB sind erstmals im Geschäftsjahr 2013 anzuwenden gewesen bzw. angewandt worden. Hieraus ergaben sich aber aufgrund des spezifischen Charakters der Anpassungen keine Auswirkungen auf die Bilanzierung des Konzerns:

- **IFRS 7** – Angaben zur Aufrechnung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Schulden (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt)
- Für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2012 begonnen haben, war erstmals eine Änderung des **IAS 1** „Darstellung des Abschlusses“ neu anzuwenden. Der geänderte IAS 1 sieht vor, dass ergebnisneutral mit dem Gesamtergebnis verrechnete Bestandteile in der Gesamtergebnisrechnung danach unterteilt dargestellt werden, ob sie zukünftig über die Gewinn- und Verlustrechnung zurückgenommen werden oder nicht. Die Anwendung des geänderten IAS 1 hat zu einer entsprechenden Aufteilung in der Gesamtergebnisrechnung geführt. Aus der detaillierteren Darstellung ergaben sich keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.
- Darüber hinaus hat das IASB den **IAS 19** „Leistungen an Arbeitnehmer“ in wesentlichen Punkten geändert. Die Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen. Kernpunkt der Änderungen ist die Abschaffung des Wahlrechts bei der Behandlung versicherungsmathematischer Gewinne oder Verluste. Demnach ist nur noch die erfolgsneutrale Verrechnung innerhalb des Gesamtergebnisses zulässig. Gleichzeitig ist die Ermittlung des Nettozinsaufwands, insbesondere im Hinblick auf den zu erwartenden Zinsertrag aus Planvermögen, neu geregelt worden. Da der Konzern versicherungsmathematische Gewinne oder Verluste bereits in der Vergangenheit ergebnisneutral mit dem Gesamtergebnis verrechnet hat und kein Planvermögen besteht, ergeben sich aus der Anwendung des geänderten Standards keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.
- **IAS 36** – Angaben zum erzielbaren Betrag für nicht finanzielle Vermögenswerte (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnt)
- Daneben hat das IASB den **IFRS 13** „Fair-Value-Bewertungen“ neu eingeführt. Durch IFRS 13 werden die Vorschriften zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts in einem einzigen Standard gebündelt. Die Erstanwendung dieses Standards zum 1. Januar 2013 hat zwar keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss, es werden jedoch entsprechende Angaben im Konzernanhang erforderlich. Wir verweisen hinsichtlich dieser Angaben auf Kapitel 36 „Finanzinstrumente“.
- Verbesserungen zu IFRS (Sammelstandard 2009–2011) (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt).

Noch nicht anzuwendende Standards oder Verlautbarungen

Die nachfolgend erläuterten Standards sind noch nicht verpflichtend anzuwenden und sind 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 2015 beginnen. Die Übernahme des IFRS 9 wird sich zwar auf die Klassifizierung und Bewertung der finanziellen Vermögenswerte, aber

voraussichtlich nicht auf die Klassifizierung und Bewertung finanzieller Schulden auswirken. Insgesamt werden keine wesentlichen Anpassungen einzelner Positionen im Ströer Konzernabschluss erwartet. Der Standard, der inzwischen im Rahmen von sog. Amendments angepasst wurde, ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht durch die EU übernommen worden.

Im Mai 2011 hat das IASB im Rahmen des Projekts „Konsolidierung“ fünf Standards geändert bzw. neu herausgegeben. Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Standards, die für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnen, anzuwenden sind:

- IFRS 10 – Konzernabschlüsse
- IFRS 11 – Gemeinschaftliche Vereinbarungen
- IFRS 12 – Angaben über Beteiligungen an anderen Gesellschaften
- IAS 27 – Einzelabschlüsse
- IAS 28 – Assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen

Von den neu herausgegebenen bzw. geänderten Standards wird **IFRS 11** wesentliche Auswirkungen auf die Bilanzierung bzw. Darstellung im Konzern haben. Durch den neuen IFRS 11 und den Wegfall des zurzeit noch geltenden IAS 31 wird die bisherige Regelung, für Gemeinschaftsunternehmen eine Konsolidierung nach Maßgabe der Beteiligungsquote vorzunehmen, an sehr restriktive Voraussetzungen gebunden. Diese Voraussetzungen werden von den Gemeinschaftsunternehmen, an denen der Ströer Konzern beteiligt ist, gegenwärtig nicht erfüllt. Als Folge würden diese Unternehmen künftig unter Nutzung der At-Equity-Methode bilanziert werden. Nach erster Einschätzung werden die Auswirkungen von IFRS 11 auf den 1. Januar 2013 (dies ist die Anfangsbilanz der Vergleichsperiode im Abschluss zum 31. Dezember 2014 und damit der Umstellungszeitpunkt) zu einer Einbuchung eines Beteiligungsbuchwerts an at Equity bilanzierten Unternehmen in Höhe von 28,4 Millionen Euro führen. Insgesamt steigen die langfristigen Vermögenswerte unter Berücksichtigung der abgehenden, bisher quotaal bilanzierten Vermögenswerte dadurch um 2,4 Millionen Euro an, während die kurzfristigen Vermögenswerte um 6,5 Millionen Euro und die Bilanzsumme um 4,1 Millionen Euro zurückgehen. Gleichermaßen werden die langfristigen Verbindlichkeiten um 6,1 Millionen Euro sinken, wohingegen die kurzfristigen Verbindlichkeiten um 2,0 Millionen Euro ansteigen. Die Umsätze für das Geschäftsjahr 2013 werden um 10,7 Millionen Euro niedriger ausgewiesen. Die Ergebnisse von Gesellschaften, die in der Vergangenheit nach der At-Equity-Methode bilanziert wurden, sind grundsätzlich im EBIT ausgewiesen worden und nicht im Finanzergebnis. Diese Art des Ausweises wird auch zukünftig beibehalten. Bezogen auf die bisher quotaal konsolidierten Unternehmen wird die Änderung der Bilanzierungsvorschriften insoweit einen Einfluss auf das EBIT des Konzerns haben, als zukünftig der anteilige Jahresüberschuss nach Steuern der dann at Equity bilanzierten Unternehmen im EBIT des Konzerns ausgewiesen wird. Demgegenüber war bisher bei den quotaal konsolidierten Unternehmen deren anteiliges EBIT in das Konzern-EBIT eingegangen. Damit wird die geänderte Bilanzierungsvorschrift unter sonst gleichen Bedingungen zukünftig zu einer Reduktion des ausgewiesenen Konzern-EBIT um die bei diesen Gesellschaften anfallenden Zinsen und Steuern führen.

Weitere Auswirkungen auf den Konzernabschluss ergeben sich darüber hinaus insbesondere aufgrund der deutlich ausgeweiteten Angabepflichten des **IFRS 12**.

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

- IAS 32 – Aufrechnung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Schulden (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnt)
- IFRIC 21 – Abgaben (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnt (eine Freigabe (sog. Endorsement) durch die EU ist bis zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts noch nicht erfolgt))

- Verbesserungen zu IFRS (Sammelstandard 2010–2012) (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2014 beginnt, sofern bis dahin die Freigabe (sog. Endorsement) durch die EU erfolgt)
- Verbesserungen zu IFRS (Sammelstandard 2011–2013) (anzuwenden auf das Geschäftsjahr, das am oder nach dem 1. Juli 2014 beginnt, sofern bis dahin die Freigabe (sog. Endorsement) durch die EU erfolgt)

5 Konsolidierungskreis

Der Konzernabschluss beinhaltet die Abschlüsse aller Gesellschaften, bei denen die Ströer Media AG mittelbar oder unmittelbar einen beherrschenden Einfluss ausübt. Zum 31. Dezember 2013 wurden neben der Ströer Media AG weitere 30 deutsche und 23 ausländische Tochtergesellschaften im Wege der Vollkonsolidierung und fünf deutsche Gemeinschaftsunternehmen (Joint Ventures) im Wege der Quotenkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Angabe der Kapitalanteile erfolgt in Übereinstimmung mit § 16 Absatz 4 Aktiengesetz.

Vollkonsolidierte Unternehmen

Firma	Sitz	Land	Kapitalanteil v. H.	
			31.12.2013	31.12.2012
adscale GmbH	München	Deutschland	97	–
Adscale Laboratories Ltd.	Christchurch	Neuseeland	100	–
AdSolutions CEE GmbH	Glonn	Deutschland	100	–
Ballroom International CEE Holding GmbH*	Glonn	Deutschland	62	–
Ballroom International GmbH	Glonn	Deutschland	100	–
BB elements Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	65	–
BlowUP Media Belgium N.V.	Antwerpen	Belgien	100	100
BlowUP Media Benelux B.V.*	Amsterdam	Niederlande	100	100
BlowUP Media España S.A.*	Madrid	Spanien	88	88
BlowUP Media France SAS*	Paris	Frankreich	100	100
BlowUP Media GmbH*	Köln	Deutschland	90	75
BlowUP Media U.K. Ltd.*	London	Großbritannien	100	100
Business Advertising GmbH	Düsseldorf	Deutschland	50	–
CBA İletişim ve Reklam Pazarlama Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	–	100
City Design Gesellschaft für Außenwerbung mbH	Köln	Deutschland	100	100
City Lights Reklam Pazarlama Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	–	100
Click Motion Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	94	–
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
DSM Zeit und Werbung GmbH	Frankfurt	Deutschland	100	100
Dünya Tanitim Hizmetleri ve Turizm Ticaret Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	–	100

Firma	Sitz	Land	Kapitalanteil v. H.	
			31.12.2013	31.12.2012
ECE flatmedia GmbH	Hamburg	Deutschland	75	90
Evolution Media Net Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	100	–
Fahrgastfernsehen Hamburg GmbH	Hamburg	Deutschland	100	100
GAN Support GmbH	Hamburg	Deutschland	100	–
Gündem Matbaacilik Organizasyon Gazetecilik Reklam San. Tic. Ltd.	Antalya	Türkei	–	100
Hamburger Verkehrsmittel-Werbung GmbH	Hamburg	Deutschland	75	75
iBillBoard Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S.	Istanbul	Türkei	96	–
iBillBoard Poland Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	100	–
Ilbak Neon Kent Mobilyalari Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	–	100
INFOSCREEN GmbH (vormals Ströer Digital Media GmbH)	Köln	Deutschland	100	100
Internet Billboard a.s.	Ostrau	Tschechien	51	–
INTREN Informatikai Tanácsadó és Szolgáltató Kft.	Budapest	Ungarn	51	–
Inter Tanitim Hizmetleri San. ve Ticaret A.S.	Istanbul	Türkei	–	100
Kölner Aussenwerbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	51	51
Kultur-Medien Hamburg GmbH Gesellschaft für Kulturinformationsanlagen	Hamburg	Deutschland	51	51
Linkz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S.	Istanbul	Türkei	100	–
MBR Targeting GmbH	Berlin	Deutschland	79	–
Megaposter UK Ltd.	Brighton	Großbritannien	–	100
Meteor Advertising Ltd.	London	Großbritannien	–	100
Objektif Kentvizyon Reklam Pazarlama Ticaret Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	80	80
Pacemaker AOS GmbH	Köln	Deutschland	80	–
Reklamz Internet Reklam Hizmetleri ve Bilisim Teknolojileri A.S.	Istanbul	Türkei	100	–
SEM Internet Reklam Hizmetleri ve Danismanlik A.S.	Istanbul	Türkei	100	–
Ströer Akademi Reklam Pazarlama Ltd. Sti.	Istanbul	Türkei	–	100
Ströer City Marketing Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	100	100
Ströer DERG Media GmbH	Kassel	Deutschland	100	100
Ströer Deutsche Städte Medien GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Digital Group GmbH*	Köln	Deutschland	100	–
Ströer Digital Media GmbH (vormals freeXmedia GmbH)	Hamburg	Deutschland	100	–
Ströer Kentvizyon Reklam Pazarlama A.S.*	Istanbul	Türkei	90	90
Ströer Kulturmedien GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Media Deutschland GmbH*	Köln	Deutschland	100	100
Ströer Media Sp. z.o.K.	Warschau	Polen	100	99
Ströer Media Sp. z.o.o.	Warschau	Polen	100	100
Ströer Mobile Media GmbH	Köln	Deutschland	100	–
Ströer Polska Sp. z.o.o.*	Warschau	Polen	100	99
Ströer Primetime GmbH	Köln	Deutschland	100	–
Ströer Sales & Services GmbH	Köln	Deutschland	100	100
Vidyoda ve Reklam Hizmetleri A.S.	Istanbul	Türkei	100	–

An den mit * gekennzeichneten Gesellschaften ist die Ströer AG unmittelbar beteiligt.

Durch konzerninterne Verschmelzungen sind im Geschäftsjahr 2013 folgende Unternehmen von einer anderen Konzerngesellschaft aufgenommen worden:

- CBA İletişim ve Reklam Pazarlama Ltd. Sti.
- City Lights Reklam Pazarlama Ltd. Sti.
- DSM Mediaposter GmbH
- Dünya Tanitim Hizmetleri ve Turizm Ticaret Ltd. Sti.
- Gündem Matbaacilik Organizasyon Gazetecilik Reklam San. Tic. Ltd.
- İlbak Neon Kent Mobilyalari Ltd. Sti.
- Inter Tanitim Hizmetleri San. ve Ticaret A.S.
- Megaposter UK Ltd.
- Meteor Advertising Ltd.
- Ströer Akademi Reklam Pazarlama Ltd. Sti.

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

Quotal konsolidierte Gemeinschaftsunternehmen

Firma	Sitz	Land	Kapitalanteil v. H.	
			31.12.2013	31.12.2012
Arge Außenwerbung Schönefeld GbR	Berlin	Deutschland	50	50
DSMDecaux GmbH	München	Deutschland	50	50
mediateam Werbeagentur GmbH / Ströer Media Deutschland GbR	Köln	Deutschland	50	50
Mega-Light Staudenraus & Ströer GbR	Köln	Deutschland	–	50
Trierer Gesellschaft für Stadtmöblierung mbH	Trier	Deutschland	50	50
X-City Marketing Hannover GmbH	Hannover	Deutschland	50	50

Die Mega-Light Staudenraus & Ströer GbR wurde im Laufe des Geschäftsjahres liquidiert.

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	31.12.2013	31.12.2012
Kurzfristige Vermögenswerte	8.804	11.318
Langfristige Vermögenswerte	6.053	6.545
Kurzfristige Schulden	2.977	2.772
Langfristige Schulden	1.697	1.814
Nettovermögen	10.183	13.277

In TEUR	2013	2012
Erträge	13.769	13.322
Aufwendungen	8.812	8.531
Ergebnis nach Steuern	4.957	4.791

Assoziierte Unternehmen

Über die aufgeführten Beteiligungen hinaus besitzt der Konzern seit dem 1. August 2013 Anteile an der Instytut Badań Outdooru IBO SP. z.o.o., Warschau/Polen, in Höhe von 40 Prozent.

Der Buchwert des assoziierten Unternehmens beträgt zum 31. Dezember 2013 TEUR 57.

Das Vermögen und die Schulden des assoziierten Unternehmens stellen sich wie folgt dar:

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Kurzfristige Vermögenswerte	491	0
Langfristige Vermögenswerte	721	0
Kurzfristige Schulden	1.083	0
Langfristige Schulden	0	0
Nettovermögen	129	0

6 Wesentliche Unternehmenserwerbe und Veräußerungen

Transaktionen ohne Kontrollwechsel

BlowUP Media GmbH, Köln

Der Ströer Konzern hat am 16. Mai 2012 über die Ströer AG einen Kaufvertrag über weitere 15 Prozent der Anteile an der BlowUP Media GmbH, Köln, abgeschlossen. Der Kauf wurde aufschiebend befristet zum 1. Januar 2013 wirksam. Durch diesen Erwerb hat sich der von Ströer gehaltene Anteil von bisher 75 Prozent auf nunmehr 90 Prozent erhöht. Der Mindestkaufpreis für die zusätzlichen Anteile beträgt rund 6 Millionen Euro. Darüber hinaus enthält der Kaufvertrag Preisanpassungsklauseln (Earn-Out-Vereinbarungen auf Basis des EBITDA), deren Effekt zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschätzt werden kann, die aber im Falle einer deutlich positiven Geschäftsentwicklung in den nächsten drei Jahren zu weiteren Kaufpreiszahlungen im insgesamt mittleren einstelligen Millionenbereich führen können.

ECE flatmedia GmbH, Hamburg

Mit Wirkung zum 17. Juli 2013 hat der Ströer Konzern über seine Konzerngesellschaft Infoscreen GmbH insgesamt 14,9 Prozent der Anteile an der ECE flatmedia GmbH, Hamburg, an den Mitgesellschafter, die ECE-Gruppe, verkauft. Der Verkauf erfolgte zur stärkeren Verzahnung von Unternehmens- und Gesellschafterinteressen und wurde zu einem Kaufpreis von etwa 2,1 Millionen Euro vorgenommen. Die Kaufpreiszahlung wurde mit bestehenden Verbindlichkeiten gegenüber dem Erwerber verrechnet. Nach Abschluss der Transaktion verfügte der Ströer Konzern noch über 75,1 Prozent der Anteile.

Transaktionen mit Kontrollwechsel

adscale GmbH, München

Mit Wirkung zum 4. April 2013 hat der Ströer Konzern über seine Konzernholding Ströer Media AG zunächst rund 91 Prozent der Anteile an der adscale GmbH, München, erworben. Die Beurkundung des entsprechenden Kaufvertrags hat am 14./15. Dezember 2012 stattgefunden.

Die adscale GmbH betreibt auf dem Gebiet der Online-Werbevermarktung einen technologiebasierten Marktplatz (Ad exchange) für ein angeschlossenes Portfolio von rund 5.000 Websites. Der Kaufpreis für die übernommenen rund 91 Prozent der Geschäftsanteile beträgt 20,2 Millionen Euro. Darüber hinaus hat Ströer mit Wirkung zum 1. Oktober 2013 über seine Konzerngesellschaft Ströer Digital Group GmbH weitere 5,8 Prozent der Anteile an der adscale GmbH erworben. Durch diesen Erwerb hat sich der von Ströer gehaltene Anteil auf rund 97 Prozent erhöht. Der Kaufpreis für die

zusätzlichen Anteile beträgt rund 1,7 Millionen Euro. Der Erwerb wurde gemäß IAS 27 als Transaktion zwischen Gesellschaftern dargestellt. Über die verbleibenden rund 3 Prozent der Anteile bestehen Put- bzw. Call-Optionen.

Für den Erwerb sind im Berichtsjahr Transaktionskosten von insgesamt TEUR 30 (Vj.: TEUR 287) angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die nachfolgende Aufstellung enthält die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden im Zeitpunkt des Erwerbs:

In TEUR	
Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	4.872
Übrige immaterielle Vermögenswerte	779
Sachanlagen	269
Latente Steueransprüche	305
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.618
Finanzielle Vermögenswerte	187
Sonstige Vermögenswerte	23
Ertragsteueransprüche	41
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.111
Sonstige Rückstellungen	510
Latente Steuerverbindlichkeiten	1.661
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.248
Finanzverbindlichkeiten	6
Sonstige Verbindlichkeiten	481
Ertragsteuerverbindlichkeiten	20
Erworbenes Reinvermögen	10.280

Bei den selbsterstellten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich im Wesentlichen um selbstentwickelte Software. Die Nutzungsdauern der immateriellen Vermögenswerte betragen zwischen vier und fünf Jahren. Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen setzt sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4.618	4.700
Finanzielle Vermögenswerte	187	187
Sonstige Vermögenswerte	23	23

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

Die Kaufpreisallokation ist hinsichtlich der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert endgültig.

Der Goodwill leitet sich wie folgt ab:

In TEUR	
Bereits gezahlter Kaufpreis	20.177
Vertraglich vereinbarte bedingte Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	1.919
Anteiliger Wert der nicht beherrschenden Anteile	885
Erworbenes Reinvermögen	10.280
Goodwill	12.701

Zum 31. Dezember 2013 beträgt die bilanzierte Verbindlichkeit aus bedingten Kaufpreiszahlungen TEUR 0. Sie ist damit endgültig. Die Veränderung gegenüber dem im Rahmen der Kaufpreisallokation erfassten Betrag von TEUR 1.919 wurde erfolgswirksam in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst.

Der Goodwill beruht auf den positiven Aussichten, über die bereits bestehende Technologie und die bestehenden Kundenbeziehungen hinaus durch die weitere Fortentwicklung der Technologie bzw. den weiteren Ausbau von Kundenbeziehungen weitere Cash-Flows generieren zu können.

Die Dotierung des Ausgleichspostens für nicht beherrschende Anteile wurde anhand der anteiligen Bewertung am Eigenkapital vorgenommen.

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

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
4.4. – 31.12.2013	16.159	1.346

RAAdcarpet, Berlin

Der Konzern hat mit Wirkung zum 23. Mai 2013 über seine Konzerngesellschaft Ströer Mobile Media GmbH den Produktbereich RAAdcarpet im Wege eines Asset Deals von der Servtag GmbH, Berlin, erworben. RAAdcarpet ist ein ortsbasiertes Werbenetzwerk, welches auf lokal und hyperlokal ausgesteuerte Online-Werbung auf mobilen Endgeräten spezialisiert ist. Werbungtreibende haben dadurch die Möglichkeit, ihre Zielgruppe im direkten Umfeld der eigenen Filialen oder der Filialen des Wettbewerbs punktgenau zu erreichen. Der Kaufpreis für die übernommenen Vermögenswerte beträgt einschließlich erwarteter Kaufpreisanpassungen rund eine halbe Million Euro. Er kann sich aber auf Grund der vertraglichen Anpassungsklauseln (Earn-Out-Vereinbarungen auf Basis von Umsatz und Marge) in den nächsten zwei Jahren noch auf einen Betrag von insgesamt 2,7 Millionen Euro erhöhen. Von den im Rahmen des Asset Deals übernommenen Vermögenswerten entfällt mit etwa 0,4 Millionen Euro der wesentliche Teil auf die selbsterstellte Software.

Ströer Digital Group GmbH, Köln

Die Ströer AG hat mit wirtschaftlicher Wirkung zum 3. Juni 2013 sämtliche Anteile an der Ströer Digital Group GmbH erworben. Die Ströer Digital Group GmbH ist eine reine Holdinggesellschaft, die ihrerseits sämtliche Anteile an der Ströer Digital Media GmbH (vormals: Ströer Interactive GmbH) und der freeXmedia GmbH sowie 50,4 Prozent der Anteile an der Business Advertising GmbH gehalten hat. Die Beurkundung des Vertrags erfolgte am 21./22. Dezember 2012. Im Anschluss an den Erwerb wurden die Ströer Digital Media GmbH und die freeXmedia GmbH zur Ströer Digital Media GmbH verschmolzen. Die von der Ströer Digital Group GmbH gehaltenen Gesellschaften sind überwiegend auf dem Gebiet der Exklusivvermarktung von Websites tätig und schließen dafür entsprechende Serviceverträge mit Publishern ab. Die kontrahierten Websites werden horizontal und/oder

vertikal zu zielgruppenspezifischen Themengebieten gebündelt (z.B. Auto Kanal) und mittels unterschiedlicher Online-Produkte werbungtreibenden Unternehmen bzw. Agenturen angeboten. Die Begleichung des Basiselements der Kaufpreisverbindlichkeit erfolgte durch die Ausgabe von bis zu maximal rund 6,8 Millionen neuer Aktien der Ströer AG zum Ausgabekurs von 7,31 Euro (wir verweisen auf unsere Angaben im Abschnitt „Kapitalmaßnahmen und Aktionärsstruktur“ im Kapitel „Aktie“). Eine etwaige Kaufpreisverbindlichkeit aus den vertraglich vereinbarten Preisanpassungsklauseln (Earn-Out-Vereinbarungen auf Basis des EBITDA) wird in bar beglichen. Die der Kapitalerhöhung direkt zurechenbaren Kosten in Höhe von TEUR 26 sind erfolgsneutral mit der Kapitalrücklage verrechnet worden.

Für den Erwerb sind im Berichtsjahr Transaktionskosten von insgesamt TEUR 95 (Vj.: TEUR 234) angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die nachfolgende Aufstellung enthält die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden im Zeitpunkt des Erwerbs:

In TEUR	
Immaterielle Vermögenswerte	18.352
Sachanlagen	200
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.247
Finanzielle Vermögenswerte	71
Sonstige Vermögenswerte	492
Ertragsteueransprüche	173
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.940
Sonstige Rückstellungen	2
Latente Steuerverbindlichkeiten	5.761
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.603
Sonstige Verbindlichkeiten	943
Ertragsteuerverbindlichkeiten	272
Erworbenes Reinvermögen	12.895

Die Nutzungsdauern der Verträge betragen zwischen sieben und 13 Jahren. Die Nutzungsdauer der aktivierten Auftragsbestände beträgt sieben Monate. Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen setzten sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.247	10.396
Finanzielle Vermögenswerte	71	71
Sonstige Vermögenswerte	492	492

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

Die Kaufpreisallokation ist hinsichtlich der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert endgültig.

Die im Rahmen der Kapitalerhöhung geleistete Sacheinlage ist nach IFRS zum Kurs am Tag der Aktienausgabe zu bewerten. Auf dieser Grundlage leitet sich der Goodwill wie folgt ab:

In TEUR	
Kapitalerhöhung	57.423
Vertraglich vereinbarte bedingte Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	9.850
Anteiliger Wert der nicht beherrschenden Anteile	2.516
Erworbenes Reinvermögen	12.895
Goodwill	56.893

Zum 31. Dezember 2013 beträgt die bilanzierte Verbindlichkeit aus bedingten Kaufpreiszahlungen TEUR 10.705. Die Veränderung gegenüber dem im Rahmen der Kaufpreisallokation erfassten Betrag von TEUR 9.850 wurde erfolgswirksam unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst. Aufgrund der Vereinbarungen im Kaufvertrag kann die Verbindlichkeit von TEUR 10.705 bis zum Jahr 2015 noch sinken. Ein Anstieg ist nicht mehr möglich.

Der Goodwill beruht auf den positiven Aussichten, über die bereits bestehenden Publisher-Verträge hinaus durch zusätzliche Verträge und durch die Verlängerung der vorliegenden Verträge weitere Cash-Flows generieren zu können.

Die Dotierung des Ausgleichspostens für nicht beherrschende Anteile wurde anhand der anteiligen Bewertung am Eigenkapital vorgenommen.

Seit der Kontrollerlangung hat die Ströer Digital Group GmbH einschließlich der drei erworbenen Tochtergesellschaften die folgenden Beträge zum Umsatz und Ergebnis nach Steuern erwirtschaftet, die in der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns enthalten sind:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
3.6.–31.12.2013	30.256	– 2.863

Ballroom International CEE Holding GmbH, München

Die Ströer Media AG hat mit Wirkung zum 31. Juli 2013 insgesamt 53,4 Prozent der Anteile an der Ballroom International CEE Holding GmbH, München, erworben (im Folgenden „Ballroom GmbH“). Die Ballroom GmbH ist ein Internetvermarkter, der auf den ausländischen Kernmärkten von Ströer – Polen und Türkei – sowie in Ungarn, Rumänien und der Tschechischen Republik mit Ad exchange, Video- und Display-Werbung sowie Performance-Marketing agiert. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile an der Gruppe beträgt 19,8 Millionen Euro. Nach Abschluss dieser Transaktion sind ebenfalls im Jahr 2013 zwei nicht beherrschende Gesellschafter aus der Ballroom GmbH ausgeschieden. Im Gegenzug für ihr Ausscheiden haben diese Gesellschafter sechs kleinere Gesellschaften der Ballroom Gruppe übernommen, deren Geschäft außerhalb der Kernmärkte des Ströer Konzerns angesiedelt war. Durch das Ausscheiden der zwei Gesellschafter hat sich der Anteil des Ströer Konzerns an der Ballroom GmbH auf 62,3 Prozent erhöht. Darüber hinaus bestehen hinsichtlich der verbleibenden 37,7 Prozent der Anteile Call- bzw. Put-Optionen, die zeitlich gestaffelt schrittweise über die nächsten Jahre ausgeübt werden können.

Für den Erwerb sind Transaktionskosten von insgesamt TEUR 399 angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die nachfolgende Aufstellung enthält die vorläufigen Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden im Zeitpunkt des Erwerbs:

In TEUR	
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	980
Übrige immaterielle Vermögenswerte	578
Sachanlagen	420
Latente Steueransprüche	195
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.908
Finanzielle Vermögenswerte	77
Sonstige Vermögenswerte	1.530
Ertragsteueransprüche	120
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.080
Latente Steuerverbindlichkeiten	230
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.694
Finanzverbindlichkeiten	1.654
Sonstige Verbindlichkeiten	4.820
Ertragsteuerverbindlichkeiten	131
Erworbenes Reinvermögen	3.360

Der beizulegende Zeitwert sowie der Bruttobetrag der erworbenen Forderungen setzt sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Beizulegender Zeitwert	Bruttobetrag
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.908	13.198
Finanzielle Vermögenswerte	77	77
Sonstige Vermögenswerte	1.530	1.530

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

Die Kaufpreisallokation ist hinsichtlich der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert noch vorläufig. Somit können sich die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden sowie der Goodwill noch ändern. Der vorläufige Goodwill leitet sich wie folgt ab:

In TEUR	
Bereits gezahlter Kaufpreis	19.500
Vertraglich vereinbarte bedingte Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	215
Anteiliger Wert der nicht beherrschenden Anteile	2.006
Erworbenes Reinvermögen	3.360
Goodwill	18.362

Zum 31. Dezember 2013 beträgt die bilanzierte Verbindlichkeit aus bedingten Kaufpreiszahlungen TEUR 312. Sie ist damit endgültig. Die Veränderung gegenüber dem im Rahmen der Kaufpreisallokation erfassten Betrag von TEUR 215 wurde erfolgswirksam in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

Die Dotierung des Ausgleichspostens für nicht beherrschende Anteile wurde anhand der anteiligen Bewertung am Eigenkapital vorgenommen.

Seit der Kontrollerlangung hat die Ballroom GmbH einschließlich ihrer Tochtergesellschaften folgende Beträge zum Umsatz und Ergebnis nach Steuern erwirtschaftet, die in der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns enthalten sind:

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.8.–31.12.2013	16.636	1.989

MBR Targeting GmbH, Berlin

Der Ströer Konzern hat mit Wirkung zum 1. Oktober 2013 über seine Konzerngesellschaft Ströer Digital Group GmbH insgesamt 79,1 Prozent der Anteile an der MBR Targeting GmbH, Berlin, erworben. Die MBR Targeting GmbH ist auf dem Gebiet der Entwicklung und Vermarktung innovativer Targetingtechnologien tätig, durch die eine zielgenaue Aussteuerung der Online-Werbung sowie ein professionelles Datenmanagement ermöglicht werden. Der Kaufpreis für die übernommenen Anteile beträgt 5,7 Millionen Euro. Im Hinblick auf die übrigen 20,9 Prozent der Anteile wurden zusätzlich Optionen über den Erwerb zu einem späteren Zeitpunkt vereinbart.

Für den Erwerb sind Transaktionskosten von insgesamt TEUR 124 angefallen, die in den Verwaltungskosten erfasst sind.

Die nachfolgende Aufstellung enthält die vorläufigen Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden im Zeitpunkt des Erwerbs:

In TEUR	
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	367
Übrige immaterielle Vermögenswerte	4
Sachanlagen	15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38
Finanzielle Vermögenswerte	12
Sonstige Vermögenswerte	1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13
Latente Steuerverbindlichkeiten	121
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	78
Finanzverbindlichkeiten	201
Sonstige Verbindlichkeiten	103
Ertragsteuerverbindlichkeiten	6
Erworbenes Reinvermögen	-60

Der beizulegende Zeitwert der Forderung entsprach im Zeitpunkt des Erwerbs dem Bruttobetrag der erworbenen Forderungen.

Die Kaufpreisallokation ist hinsichtlich der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert noch vorläufig. Somit können sich die Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden sowie der Goodwill noch ändern. Der vorläufige Goodwill leitet sich wie folgt ab:

In TEUR	
Bereits gezahlter Kaufpreis	3.504
Vertraglich vereinbarte Kaufpreiszahlungen in späteren Perioden	2.236
Anteiliger Wert der nicht beherrschenden Anteile	- 12
Erworbenes Reinvermögen	- 60
Goodwill	5.787

Die Dotierung des Ausgleichspostens für nicht beherrschende Anteile wurde anhand der anteiligen Bewertung am Eigenkapital vorgenommen.

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

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.10. – 31.12.2013	69	- 185

Zusammenfassende Angaben

Die vertraglich vereinbarten Kaufpreise für Unternehmenserwerbe mit Kontrollwechsel betragen einschließlich der Zahlungen in späteren Perioden (ohne Berücksichtigung zwischenzeitlicher Earn-Out-Anpassungen) insgesamt TEUR 115.324 (Vj.: TEUR 0).

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

In TEUR	2013	2012
Gesamtsumme der geleisteten Zahlungen	-43.356	0
Gesamtsumme der erworbenen Zahlungsmittel	8.145	0
Zahlungsmittelabflüsse für Akquisitionen in Vorjahren	0	- 2.747
Saldierter Zahlungsmittelfluss aus Unternehmenserwerben	- 35.211	- 2.747

Die Gesamtsumme der zugehenden Vermögenswerte und Schulden stellt sich für das Jahr 2013 wie folgt dar (im Vorjahr sind keine Unternehmen erworben worden):

In TEUR	Buchwerte in lokalen Bilanzen inkl. finalisierter Kaufpreis-Allokationen	Anpassungen	Buchwerte in der Ströer Konzernbilanz
Goodwill	0	93.822	93.822
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	6.635		6.635
Übrige immaterielle Vermögenswerte	19.712		19.712
Sachanlagen	912		912
Latente Steueransprüche	500		500
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.812		27.812
Finanzielle Vermögenswerte	348		348
Sonstige Vermögenswerte	2.046		2.046
Ertragsteueransprüche	333		333
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	8.145		8.145
Sonstige Rückstellungen	512		512
Latente Steuerverbindlichkeiten	7.771		7.771
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	22.623		22.623
Finanzverbindlichkeiten	1.862		1.862
Sonstige Verbindlichkeiten	6.347		6.347
Ertragsteuerverbindlichkeiten	429		429
Reinvermögen	26.896	93.822	120.718

Wenn alle im Jahr 2013 erworbenen Gesellschaften bereits ab dem 1. Januar 2013 im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen worden wären, hätten sich die Umsatzerlöse und das Ergebnis nach Steuern des Konzerns wie folgt dargestellt. In den Beträgen sind noch keine Effekte aus den Kaufpreisallokationen für die Ballroom International CEE Holding GmbH sowie die MBR Targeting GmbH enthalten.

In TEUR	Umsatzerlöse	Ergebnis nach Steuern
1.1.–31.12.2013	678.125	5.444

7 Konsolidierungsgrundsätze

Die Vermögenswerte und Schulden der in den Konzernabschluss voll oder quotaleinbezogenen Unternehmen werden nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden bestimmt. 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. Bilanzierter Goodwill wird 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 ertragsteuerliche 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 vollkonsolidierten Gesellschaften erworben oder veräußert, 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 unterliegen, definiert. Die Konsolidierung von Gemeinschaftsunternehmen erfolgt quotale 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. Erfolgsneutral im Eigenkapital erfasste Umrechnungsdifferenzen werden 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.

Währungskurseffekte aus konzerninternen Darlehen werden erfolgsneutral erfasst, sofern die Darlehen die Voraussetzungen eines Net Investments im Sinne des IAS 21 erfüllen.

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

	Währung	Stichtagskurs		Gewogener Durchschnittskurs	
		31.12.2013	31.12.2012	2013	2012
Ungarn	HUF	297,0400	–	297,7668	–
Tschechien	CZK	27,4270	–	26,2582	–
Rumänien	RON	4,4710	–	4,4463	–
Polen	PLN	4,1543	4,0740	4,1966	4,1826
Türkei	TRY	2,9605	2,3551	2,5217	2,3136
Großbritannien	GBP	0,8337	0,8161	0,8491	0,8108

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

9 Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse lassen sich wie folgt unterteilen:

In TEUR	2013	2012
Erlöse aus der Vermarktung von Werbeflächen	601.952	531.838
Erlöse aus Serviceleistungen	29.458	26.219
Lizenz Erlöse	1.101	1.121
Sonstige operative Erlöse	2.309	1.419
Gesamt	634.820	560.597

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 611 (Vj.: TEUR 350) enthalten. Die offenen Forderungen und Verbindlichkeiten aus Gegengeschäften betragen zum Stichtag TEUR 155 (Vj.: TEUR 100) bzw. TEUR 29 (Vj.: TEUR 49).

10 Umsatzkosten

Die Umsatzkosten umfassen sämtliche Kosten, die für den Verkauf von Produkten und die Erbringung von Dienstleistungen angefallen sind, und untergliedern sich wie folgt:

In TEUR	2013	2012
Pacht-, Miet- und Nutzungsentgelte	212.023	211.656
Abschreibungen	66.473	60.811
Personalaufwand	2.607	1.472
Übrige Umsatzkosten	157.480	112.567
Gesamt	438.583	386.506

11 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten umfassen alle verursachten Vertriebs Einzel- und Vertriebsgemeinkosten. Die Vertriebskosten unterteilen sich in:

In TEUR	2013	2012
Personalaufwand	59.366	51.344
Abschreibungen	1.891	1.915
Übrige Vertriebskosten	23.476	22.190
Gesamt	84.733	75.449

Zudem werden in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den Vertriebskosten die nicht aktivierungsfähigen Bestandteile der Produktentwicklungskosten erfasst. Diese betragen im Berichtsjahr TEUR 1.444 (Vj.: TEUR 1.398).

12 Verwaltungskosten

Die Verwaltungskosten umfassen die Personal-, Sach- und Abschreibungsaufwendungen sämtlicher Verwaltungsbereiche, die nicht mit Technik, Vertrieb oder Produktentwicklung in Verbindung stehen. Die Verwaltungskosten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	2013	2012
Personalaufwand	46.749	39.389
Abschreibungen	7.589	4.024
Übrige Verwaltungskosten	29.224	28.422
Gesamt	83.562	71.835

13 Sonstige betriebliche Erträge

Die Zusammensetzung der sonstigen betrieblichen Erträge zeigt die nachfolgende Tabelle:

In TEUR	2013	2012
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen sowie der Ausbuchung von Verbindlichkeiten	7.831	6.628
Erträge aus Wechselkursdifferenzen	1.122	2.295
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen	927	1.177
Erträge aus Serviceleistungen	936	713
Erträge aus dem Abgang von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	341	857
Übrige sonstige betriebliche Erträge	7.553	4.831
Gesamt	18.710	16.501

Der Anstieg der übrigen sonstigen betrieblichen Erträge beruht mit TEUR 1.919 insbesondere auf der erfolgswirksamen Auflösung von Earn-Out-Verbindlichkeiten, die ursprünglich im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen der Online-Werbevermarktung passiviert waren.

14 Sonstige betriebliche Aufwendungen

Nachfolgend werden die sonstigen betrieblichen Aufwendungen untergliedert:

In TEUR	2013	2012
Aufwendungen aus der Bildung von Wertberichtigungen bzw. aus der Ausbuchung von Forderungen und sonstigen Vermögenswerten	2.572	2.834
Aufwand aus dem Abgang von Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögenswerten	1.584	2.267
Aufwendungen aus Wechselkursdifferenzen	1.349	2.137
Periodenfremde Aufwendungen	2.307	1.786
Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	2.023	598
Gesamt	9.835	9.622

Der Anstieg in den übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen ergab sich mit TEUR 951 vor allem aus der Anpassung von Earn-Out-Verbindlichkeiten.

15 Finanzergebnis

Die nachfolgende Übersicht zeigt die Zusammensetzung des Finanzergebnisses:

In TEUR	2013	2012
Finanzerträge	4.481	19.515
Erträge aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten	3.651	16.646
Erträge aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten	13	2.178
Zinserträge aus Krediten und Forderungen	593	684
Sonstige Finanzerträge	224	7
Finanzaufwendungen	-24.228	-51.395
Zinsaufwand aus Ausleihungen und Verbindlichkeiten	-17.286	-39.494
Aufwand aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten	-5.175	-11.093
Aufwand aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten	-51	-284
Sonstige Finanzaufwendungen	-1.716	-524
Finanzergebnis	-19.747	-31.880

Der Zinsaufwand aus Ausleihungen und Verbindlichkeiten enthält im Jahr 2012 einmalige zahlungsunwirksame Aufwendungen aus der Neuaufstellung der Konzernfinanzierung. In diesem Rahmen wurden noch nicht vollständig amortisierte Transaktionskosten für die abgelöste Konzernfinanzierung in Höhe von 7,5 Millionen Euro aufwandswirksam erfasst. Darüber hinaus ist der Zinsaufwand aufgrund der im Juli 2012 optimierten Finanzstruktur, einer günstigen Zinsentwicklung an den Kapitalmärkten sowie des Auslaufens von Zinssicherungsinstrumenten im Oktober 2012 bzw. im April 2013 deutlich zurückgegangen.

Die Erträge bzw. Aufwendungen aus Wechselkursdifferenzen bei Finanzinstrumenten enthalten nicht zahlungswirksame Währungsgewinne bzw. -verluste aus der Umrechnung der in Euro gewährten Konzerndarlehen in der Türkei und Polen. Im Laufe des Geschäftsjahres 2013 hat die Ströer AG die konzerninternen Darlehen an die ausländischen Tochtergesellschaften in Polen und der Türkei neu strukturiert. Durch die Vergabe der Darlehen auf unbestimmte Zeit erfüllen diese nun die Kriterien eines Net Investment im Sinne des IAS 21. In der Folge wurden etwaige Währungseffekte, die aus konzerninternen Darlehensbeziehungen resultieren, erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst und nicht wie zuvor im Finanzergebnis. Dementsprechend haben sich die Erträge und Aufwendungen aus Wechselkursdifferenzen gegenüber dem Vorjahr deutlich reduziert.

In den Erträgen bzw. Aufwendungen aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten ist die Veränderung der Marktwerte der frei stehenden Zinsswaps enthalten.

16 Ertragsteuern

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern gezahlten oder geschuldeten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Der Anstieg des Aufwands aus laufenden Ertragsteuern beruht im Wesentlichen auf dem vollständigen Verbrauch der gewerbesteuerlichen Verlustvorträge im Frühjahr 2013 auf Ebene der Ströer AG und dem insgesamt stärkeren operativen Geschäft. In Summe ergab sich daraus eine deutlich höhere Steuerbemessungsgrundlage. Weiter führte der Ansatz aktiver latenter Steuern für Verlustvorträge zu entsprechenden Erträgen aus latenten Steuern, die sich jedoch leicht unter Vorjahresniveau bewegten. Die Ertragsteuern setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	2013	2012
Aufwand aus laufenden Ertragsteuern	16.748	10.562
davon für Vorjahre	2.790	79
Ertrag aus latenten Steuern	-4.791	-6.943
davon für Vorjahre	114	-601
Aufwand (+)/ Ertrag (-)	11.957	3.619

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

2013

In TEUR	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	-31.510	931	-30.579
Absicherung von Zahlungsströmen	0	0	0
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	-561	182	-379
	-32.071	1.113	-30.959

2012

In TEUR	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Fremdwährungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Teileinheiten	5.768	0	5.768
Absicherung von Zahlungsströmen	4.900	-1.590	3.310
Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste	-3.637	1.219	-2.418
	7.031	-371	6.660

Die Berechnung der latenten Steuern erfolgt auf Basis der in den jeweiligen Ländern gültigen Steuersätze. Sie liegen in einer Bandbreite von 19 bis 33 Prozent (Vj.: von 19 bis 35 Prozent).

Latente Steuern auf Konsolidierungsvorgänge werden grundsätzlich mit dem Steuersatz von 32,5 Prozent (Vj.: 32,5 Prozent) berechnet. Er setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent, dem Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent und einem durchschnittlichen Gewerbesteuerersatz von 16,6 Prozent. Sofern sich Konsolidierungsvorgänge auf eine ausländische Tochtergesellschaft beziehen, finden die jeweiligen länderspezifischen Steuersätze Anwendung.

Die Steuerabgrenzungen sind folgenden Bilanzposten zuzuordnen:

In TEUR	31.12.2013		31.12.2012	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Immaterielle Vermögenswerte	2.859	69.280	3.269	73.010
Sachanlagen	244	19.782	195	21.213
Finanzanlagen	416	173	98	438
Forderungen, sonstige finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte	5.886	2.758	5.854	6.332
Vorräte	73	1	508	3
Pensionsrückstellungen	2.318	32	2.237	30
Sonstige Rückstellungen	3.299	321	4.253	1.943
Verbindlichkeiten	26.961	24.989	20.370	14.561
Latente Steuern	42.056	117.336	36.784	117.530
Verlust- und Zinsvorträge	25.225	0	29.999	0
Gesamt	67.281	117.336	66.783	117.530
Saldierungen	-59.989	-59.989	-62.413	-62.413
Bilanzansatz	7.292	57.347	4.370	55.117

Zum 31. Dezember 2013 bestehen steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 133.401 (Vj.: TEUR 131.184). Darüber hinaus besteht ein Zinsvortrag zum 31. Dezember 2013 in Höhe von TEUR 16.721 (Vj.: TEUR 35.218). Von der Gesamtsumme der steuerlichen Verluste wurden für TEUR 21.912 (Vj.: TEUR 24.585) keine aktiven latenten Steuern gebildet. Die auf ausländische Konzerngesellschaften entfallenden Verlustvorträge verfallen im Wesentlichen in den nachfolgend aufgeführten Jahren:

Jahr	Betrag in TEUR
2014	2.560
2015	2.244
2016	16.425
2017	6.049
2018	18.058
2019	0

Nach Wertberichtigung wurden für Verlustvorträge in Höhe von TEUR 61.655 aktive latente Steuern gebildet, obwohl die Gesellschaften, denen diese Verlustvorträge zuzuordnen sind, in den Vorjahren Verluste erzielt haben. Auf der Basis von steuerlichen Planungsrechnungen der betroffenen Gesellschaften gehen wir allerdings 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-Differenzen in Höhe von TEUR 67 (Vj.: TEUR 294) passiviert.

Für Outside-Basis-Differenzen in Höhe von TEUR 27.429 (Vj.: TEUR 37.199) wurden keine latenten Steuern gebildet, da die Ströer AG für diese Beteiligungen den zeitlichen Verlauf der Umkehrung der temporären Differenzen steuern kann und sich diese temporären Differenzen wahrscheinlich künftig nicht umkehren werden. Im aktuellen Jahr erfolgte eine Anpassung des Vorjahreswerts aufgrund einer geänderten Berechnungsmethodik.

Eine Ausschüttung von Dividenden durch die Ströer AG an die Anteilseigner wurde weder in 2013 noch in 2012 vorgenommen, sodass daraus keine ertragsteuerlichen Konsequenzen resultieren.

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

In TEUR	2013	2012
Jahresergebnis vor Ertragsteuern nach IFRS	17.070	1.806
Konzernertragsteuersatz	32,45 %	32,45 %
Erwarteter Ertragsteueraufwand im Geschäftsjahr	5.539	586
Auswirkungen von Steuersatzänderungen	- 28	166
Gewerbsteuerliche Hinzurechnungen/Kürzungen	2.669	2.656
Auswirkungen von im Geschäftsjahr erfassten Steuern aus Vorjahren	2.903	- 680
Auswirkungen wegen abweichender Steuersätze	819	1.183
Auswirkungen steuerfreier Erträge	- 739	- 244
Auswirkungen permanenter Effekte aus der Konsolidierung	0	275
Auswirkungen von nicht abziehbaren Betriebsausgaben	1.668	1.648
Auswirkungen von Nichtansatz und nachträglichem Ansatz aktiver latenter Steuern	0	0
Ansatz steuerlicher Zinsvortrag	1.323	32
Korrektur steuerlicher Verlustvorträge	- 1.428	- 2.164
Sonstige Abweichungen	- 769	161
Gesamter Steueraufwand (+)/Steuerertrag (-)	11.957	3.619

17 Erläuterungen zum Ergebnis je Aktie

In TEUR	2013	2012
Unverwässerter Ergebnisanteil der Aktionäre der Ströer AG	3.786	- 2.860

In Tausend	2013	2012
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien zum 31.12.	46.013	42.098
Effekte aus begebenen Bezugsrechten	150	0
Effekte aus Verpflichtung zum Kauf eigener Anteile	0	120
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien zum 31.12. (verwässert)	46.163	42.218

Die Anzahl der Aktien wurde im Rahmen einer Kapitalerhöhung zum 3. Juni 2013 von 42.098.238 Aktien um 6.771.546 Aktien erhöht. Damit liegt dem Ergebnis je Aktie eine gewichtete Aktienanzahl von 46.012.748 Aktien zugrunde. Das Ergebnis je Aktie des Jahres 2013 unterliegt einer potenziellen Verwässerung aufgrund des im abgelaufenen Geschäftsjahr neu aufgelegten Aktienoptionsprogramms. Wir verweisen auf den Abschnitt „Bedingtes Kapital 2013“ in Kapitel „28 Eigenkapital“.

Darüber hinaus besteht grundsätzlich eine potenzielle Verwässerung aus an bestimmte Bedingungen gebundene Put-Optionen, die einem Minderheitsgesellschafter im Geschäftsjahr 2010 in Bezug auf seine Anteile an einem Unternehmen des Ströer Konzerns gewährt wurden. Der Ausgleich für die Andienung dieser Anteile kann durch Ausgabe von Aktien an der Ströer AG erfolgen. Aufgrund des negativen Ergebnisses trat der verwässernde Effekt jedoch in 2012 nicht ein. Im Jahr 2013 resultierte aus diesen Optionen ebenfalls keine Verwässerung, da der Ausübungspreis der Optionen ungünstiger war als der Marktpreis der zugrunde liegenden Aktie.

18 Sonstige Angaben

Personalaufwand

In den Umsatz-, Verwaltungs- und Vertriebskosten sind Personalaufwendungen in Höhe von TEUR 108.722 (Vj.: TEUR 92.204) enthalten.

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

Anzahl	2013	2012
Angestellte	1.933	1.580
Arbeiter	6	5
Gesamt	1.939	1.585

Die Anzahl der Mitarbeiter errechnet sich aus dem Durchschnitt der zum Ende der vier Quartale beschäftigten Mitarbeiter. Dabei wird auf die arbeitsrechtlichen Verhältnisse abgestellt; Teilzeitbeschäftigte werden voll erfasst. Nicht einbezogen werden Mitglieder der Geschäftsführung, Auszubildende, Praktikanten, Rentner und Mitarbeiter in Elternzeit. Mitarbeiter von quotal einbezogenen Gemeinschaftsunternehmen werden entsprechend anteilig berücksichtigt.

In der Gesamtzahl sind anteilmäßig 43 Mitarbeiter (Vj.: 39) von quotal einbezogenen Gemeinschaftsunternehmen enthalten.

Die Gesamtzahl der Mitarbeiter nach Personen (Voll- und Teilzeitbeschäftigte) liegt im Konzern bei 2.223 (Vj.: 1.750). Die Differenz von 284 Mitarbeitern beruht im Wesentlichen auf der Einbeziehung von Angestellten in Elternzeit, Auszubildenden und Aushilfskräften. Diese Mitarbeiter sind in die oben dargestellte Angabe nach § 314 Abs. 1 Nr. 4 i.V.m. § 285 Nr. 7 HGB nicht einzubeziehen.

Abschreibungen

Die in den Umsatz-, Verwaltungs- und Vertriebskosten enthaltenen Abschreibungen sind in den Abschnitten 10 bis 12 ersichtlich. Der Anstieg der Abschreibungen um TEUR 9.203 auf TEUR 75.953 beruht im Wesentlichen auf zusätzlichen Amortisationen im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen der Online-Werbevermarktung sowie im Hinblick auf nicht mehr benötigte Software und auf aktivierte Aufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung der IT-Landschaft.

Leasing

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

In TEUR	2013	2012
Raummieten	5.626	5.331
Fahrzeugleasing	2.415	2.283
Leasing EDV Hard- und Software	1.319	1.108
Gebäudeleasing	1.631	1.716
Mieten/Leasing Einrichtungen	253	348
Gesamt	11.244	10.786

Währungseffekte

Im Berichtsjahr wurden Aufwendungen aus Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 1.751 (Vj.: Erträge TEUR 5.712) in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, davon TEUR 1.524 (Vj.: Erträge TEUR 5.554) im Finanzergebnis.

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	Entwicklungskosten	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten					
Anfangsstand 1.1.2012	400.807	229.955	995	6.751	638.508
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Zugänge	2.639	0	4.049	2.357	9.045
Umbuchungen	616	0	-452	-314	-150
Abgänge	-1.495	0	-145	-70	-1.710
Währungsumrechnungsdifferenzen	6.059	2.027	1	0	8.087
Endstand 31.12.2012 / Anfangsstand 1.1.2013	408.626	231.982	4.448	8.724	653.780
Veränderung Konsolidierungskreis	19.675	93.822	0	6.093	119.590
Zugänge	3.035	0	9.511	3.825	16.371
Umbuchungen	457	0	-267	20	209
Abgänge	-2.562	-2.263	0	-329	-5.154
Währungsumrechnungsdifferenzen	-19.375	-8.264	0	0	-27.639
Endstand 31.12.2013 / Anfangsstand 1.1.2014	409.856	315.277	13.691	18.334	757.157
Abschreibungen / Auflösungen					
Anfangsstand 1.1.2012	128.777	5.800	0	1.386	135.963
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0
Abschreibungen	29.762	0	0	618	30.380
Umbuchungen	0	0	0	0	0
Abgänge	-1.477	0	0	0	-1.477
Währungsumrechnungsdifferenzen	725	61	0	0	786
Endstand 31.12.2012 / Anfangsstand 1.1.2013	157.787	5.861	0	2.004	165.652
Veränderung Konsolidierungskreis	-249	0	0	0	-249
Abschreibungen	33.151	0	2.178	2.258	37.586
Umbuchungen	0	0	0	14	14
Abgänge	-2.562	0	0	-85	-2.647
Währungsumrechnungsdifferenzen	-6.578	-14	0	-28	-6.620
Endstand 31.12.2013 / Anfangsstand 1.1.2014	181.549	5.847	2.177	4.162	193.735
Bilanzwert 31.12.2012	250.839	226.121	4.448	6.720	488.128
Bilanzwert 31.12.2013	228.307	309.430	11.513	14.172	563.421

Im Berichtsjahr wurden kommunale Werberechtskonzessionen in Höhe von TEUR 23 (Vj.: TEUR 670) außerplanmäßig ausgebucht. Zudem wurden im Hinblick auf nicht verlängerte Publisher-Verträge TEUR 1.278 außerplanmäßig wertberichtigt. Der Wertminderungsaufwand ist in den Umsatzkosten enthalten.

Die Zugänge bei den geleisteten Anzahlungen in Höhe von TEUR 9.511 (Vj.: TEUR 4.049) betreffen im Wesentlichen aktivierte Kosten für die Neuausrichtung der IT-Landschaft im Ströer Konzern. Auf diese aktivierten Aufwendungen und auf nicht mehr benötigte Software sind in diesem Zusammenhang zusätzliche Abschreibungen in Höhe von TEUR 2.342 angefallen.

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 Zahlungsmittel generierenden Einheiten sowie die in den Werthaltigkeitstest eingeflossenen Annahmen:

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Online Deutschland	Online International	Ströer Polen	BlowUP- Gruppe
Buchwert 31.12.2012	175.591	39.760	0	0	6.175	4.595
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	75.460	16.099	0	0
Wechselkurseffekte	0	-8.131	0	0	-119	0
Buchwert 31.12.2013	175.591	31.629	75.460	16.099	6.056	4.595
Detailplanungszeitraum (in Jahren)	5	5	5	5	5	5
Umsatzwachstum nach Ende des Planungszeitraums	1 % (Vj.: 1 %)	4,4 % (Vj.: 4,4 %)	1 % (Vj.: -)	3,6 % (Vj.: -)	1,6 % (Vj.: 1,6 %)	1 % (Vj.: 1 %)
Zinssatz (nach Steuern)	7,8 % (Vj.: 6,9 %)	13,3 % (Vj.: 12,0 %)	7,1 % (Vj.: -)	12,1 % (Vj.: -)	10,0 % (Vj.: 9,3 %)	7,5 % (Vj.: 7,2 %)

Der erzielbare Betrag der Zahlungsmittel generierenden Einheiten wird auf Basis von Cash-Flow-Prognosen mit Stichtag zum 30. September jeden Jahres ermittelt, die auf von der Unternehmensleitung genehmigten Finanzplänen basieren.

Für die Zahlungsmittel generierende Einheit Türkei wurden als wesentliche Wachstumstreiber neben der Preissteigerungsrate das allgemein hohe Marktwachstum und effizientere und profitablere Produktmixe identifiziert. Für Ströer Deutschland und Ströer Polen ist im Wesentlichen zum einen die Umstellung des Produktmixes hin zu höherwertigen Werbeträgern und zum anderen ein konsequentes Kostenmanagement für die Entwicklung der EBITDA-Wachstumsraten verantwortlich. In der Zahlungsmittel generierenden Einheit Online Deutschland ist das hohe erwartete Marktwachstum – bedingt durch Ausnutzung neuer Produktformate und Technologien – Kerntreiber des EBITDA-Wachstums.

Dabei wird auf Grundlage detaillierter Planungen hinsichtlich der zukünftig erwarteten Marktannahmen, Erlöse und Aufwendungen zunächst die Plangröße EBITDA bestimmt. Das projizierte Wachstum des im Detailplanungszeitraum erwarteten EBITDA steht in engem Zusammenhang mit den Erwartungen hinsichtlich der voraussichtlichen Werbeinvestitionen der werbungstreibenden Wirtschaft, der weiteren Entwicklung der Konkurrenzsituation, den Aussichten für innovative Werbeformate, den lokalen Inflationsraten, den jeweiligen Aussichten für die Außenwerbebranche sowie den von Ströer geplanten Erweiterungsinvestitionen im jeweiligen Segment. Diese Erwartungen leiten sich im Wesentlichen aus öffentlich zugänglichen Marktdaten ab. Aus diesen Erwartungen ergeben sich für die einzelnen Zahlungsmittel generierenden Einheiten jeweils durchschnittliche EBITDA-Wachstumsraten, die in einer Bandbreite zwischen 8,5 Prozent (Vj.: 5,6 Prozent) und 37,1 Prozent (Vj.: 31,7 Prozent) liegen. Die EBITDA-Plangröße wird in einem zweiten Schritt unter Hinzuziehung der geplanten Investitionen und Working-Capital-Veränderungen in einen Plan-Cash-Flow transformiert. Anschließend werden die Detailplanungen zu Finanzplänen aggregiert und von der Unternehmensleitung verabschiedet. Sie spiegeln die Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung im Planungszeitraum wider.

Für Zwecke der Überprüfung der Goodwills auf ihre Werthaltigkeit wurde der beizulegende Zeitwert abzüglich der Veräußerungskosten als erzielbarer Betrag bestimmt. Der für die Cash-Flow-Prognose verwendete Abzinsungssatz wurde unter Heranziehung von Marktdaten und Kennziffern der PeerGroup ermittelt und ist abhängig von dem wirtschaftlichen Umfeld, in dem die Cash-Flows generiert werden. So wurden für Zahlungsmittel generierende 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 der Erwartungen hinsichtlich der Inflationsentwicklung in den jeweiligen Märkten. Zur Ermittlung dieser Wachstumsraten werden Informationen von Zentralbanken, Wirtschaftsforschungsinstituten und offizielle Stellungnahmen der jeweiligen Regierungen herangezogen und ausgewertet.

Im Rahmen einer Szenarioanalyse haben wir den Einfluss wesentlicher Parameter auf den Impairmentbedarf der Zahlungsmittel generierenden Einheiten untersucht. Hierbei wurde jeweils auf den Unterschiedsbetrag zwischen erzielbarem Betrag und Buchwert abgestellt, der im Zeitpunkt der Erstkonsolidierung systembedingt TEUR 0 betrug und sich in der Folgezeit fortentwickelt hat.

Für Ströer Polen beträgt der Unterschiedsbetrag zwischen erzielbarem Betrag und Buchwert des Teilssegments zum Bewertungsstichtag TEUR 37.943 (Vj.: TEUR 12.170). Würde sich der Abzinsungssatz um mehr als 5,4 Prozentpunkte erhöhen oder das durchschnittliche prognostizierte (also das im Detailplanungszeitraum und im Terminal Value erwartete) EBITDA um mehr als 36 Prozent verringern, dann wäre der erzielbare Betrag gleich dem Buchwert der Zahlungsmittel generierenden Einheit.

Für Ströer Türkei beträgt der Unterschiedsbetrag zwischen erzielbarem Betrag und Buchwert des Segments zum Bewertungsstichtag TEUR 32.180 (Vj.: TEUR 89.656). Falls sich der Abzinsungssatz um mehr als 1,9 Prozentpunkte erhöht oder sich die Wachstumsrate nach dem Ende des Planungszeitraums um mehr als 3,0 Prozentpunkte reduziert oder sich das durchschnittliche prognostizierte (also das im Detailplanungszeitraum und im Terminal Value erwartete) EBITDA um mehr als 14 Prozent verringert, wäre der erzielbare Betrag gleich dem Buchwert der Zahlungsmittel generierenden Einheit.

Für die weiteren Zahlungsmittel generierenden Einheiten ist der Unterschiedsbetrag zwischen erzielbarem Betrag und Buchwert ausreichend hoch, sodass eine Szenarioanalyse unterbleibt.

20 Sachanlagen

Die Entwicklung der Sachanlagen ist dem folgenden Anlagespiegel zu entnehmen:

In TEUR	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaus- stattung	Sachanlagen (Finanzierungs- leasing)	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten						
Anfangsstand 1.1.2012	14.492	662	369.588	4.213	29.378	418.333
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	22	0	206	228
Zugänge	105	0	30.358	346	8.432	39.241
Umbuchungen	0	0	7.044	0	-6.895	149
Abgänge	-23	-538	-10.439	-486	-2.334	-13.820
Währungsumrechnungsdifferenzen	46	20	4.639	4	518	5.227
Endstand 31.12.2012/ Anfangsstand 1.1.2013	14.620	144	401.212	4.077	29.305	449.358
Veränderung Konsolidierungskreis	7	0	777	0	3	787
Zugänge	130	0	23.832	0	5.741	29.703
Umbuchungen	-20	0	5.693	0	-5.882	-209
Abgänge	-1.368	0	-12.594	-217	-1.580	-15.758
Währungsumrechnungsdifferenzen	-269	35	-10.312	-37	-997	-11.582
Endstand 31.12.2013/ Anfangsstand 1.1.2014	13.101	178	408.607	3.824	26.589	452.298
Abschreibungen/Auflösungen						
Anfangsstand 1.1.2012	2.905	242	190.932	263	2.178	196.520
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	730	142	34.018	1.277	12	36.179
Umbuchungen	0	0	-522	0	522	0
Zuschreibungen	0	0	0	0	0	0
Abgänge	-23	-243	-10.351	-178	6	-10.789
Währungsumrechnungsdifferenzen	-23	3	1.369	-1	227	1.575
Endstand 31.12.2012/ Anfangsstand 1.1.2013	3.589	144	215.446	1.361	2.945	223.485
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	-18	0	0	-18
Abschreibungen	698	0	36.415	1.212	28	38.353
Umbuchungen	-14	0	149	0	-149	-14
Zuschreibungen	0	0	0	0	-51	-51
Abgänge	-405	0	-11.449	-140	0	-11.994
Währungsumrechnungsdifferenzen	-34	35	-4.042	-25	-63	-4.129
Endstand 31.12.2013/ Anfangsstand 1.1.2014	3.835	178	236.501	2.409	2.710	245.632
Bilanzwert 31.12.2012	11.031	0	185.766	2.716	26.360	225.873
Bilanzwert 31.12.2013	9.266	0	172.106	1.415	23.879	206.666

Die anderen Anlagen beinhalten vor allem Werbeträger (Restbuchwert Berichtsjahr: TEUR 164.499; Vj.: TEUR 177.747).

Im Geschäftsjahr wurden Investitionszulagen gemäß Investitionszulagengesetz (InvZulG) in Höhe von TEUR 21 (Vj.: TEUR 66) als Minderung der Anschaffungskosten erfasst.

Als Erträge aus Schadenersatz für die Beschädigung oder Zerstörung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens wurden TEUR 1.195 (Vj.: TEUR 1.036) erfasst.

21 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilie

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

In TEUR	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilie
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Anfangsstand 1.1.2012	2.129
Abgänge	0
Endstand 31.12.2012/Anfangsstand 1.1.2013	2.129
Abgänge	-2.129
Endstand 31.12.2013	0
Abschreibungen/Auflösungen	
Anfangsstand 1.1.2012	639
Abschreibungen	190
Abgänge	0
Endstand 31.12.2012/Anfangsstand 1.1.2013	829
Abschreibungen	17
Abgänge	-846
Endstand 31.12.2013	0
Bilanzwert 31.12.2012	1.300
Bilanzwert 31.12.2013	0

Die als Finanzinvestition gehaltene Immobilie wurde im Berichtsjahr veräußert.

Bis zur Veräußerung wurden Mieteinnahmen aus als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien in Höhe von TEUR 181 (Vj.: TEUR 202) erzielt. Direkt zurechenbare betriebliche Aufwendungen sind im Geschäftsjahr in Höhe von TEUR 114 (Vj.: TEUR 60) entstanden.

22 Finanzanlagen

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

In TEUR	
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Anfangsstand 1.1.2012	96
Zugänge	5
Endstand 31.12.2012/Anfangsstand 1.1.2013	101
Zugänge	72
Endstand 31.12.2013	173
Abschreibungen/ Auflösungen	
Anfangsstand 1.1.2012	0
Endstand 31.12.2012/Anfangsstand 1.1.2013	0
Endstand 31.12.2013	0
Bilanzwert 31.12.2012	101
Bilanzwert 31.12.2013	173

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	2013	2012
Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres	4.221	3.004
Zuführungen (erfolgswirksam)	2.131	2.593
Auflösungen (erfolgswirksam)	-832	-1.158
Inanspruchnahmen	-999	-417
Währungsumrechnungseffekte	-46	199
Konsolidierungskreisänderungen	379	0
Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres	4.854	4.221

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

In TEUR	2013	2012
Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres	254	148
Zuführungen (erfolgswirksam)	43	110
Auflösungen (erfolgswirksam)	-95	-6
Inanspruchnahmen	-2	1
Währungsumrechnungseffekte	-1	1
Konsolidierungskreisänderungen	142	0
Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres	341	254

Im Rahmen von Einzelwertberichtigungen wurden zum Stichtag Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit einem Bruttorechnungsbetrag in Höhe von TEUR 9.100 (Vj.: TEUR 6.616) wertberichtigt. Nach Abzug der Einzelwertberichtigungen in Höhe von TEUR 4.854 (Vj.: TEUR 4.221) beträgt der Buchwert dieser Forderungen zum Stichtag TEUR 4.246 (Vj.: TEUR 2.395).

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte der überfälligen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, 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
31.12.2013	11.716	4.148	2.263	3.253	195
31.12.2012	12.933	4.200	1.354	1.265	497

Zum Bilanzstichtag wurden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 1.466 (Vj.: TEUR 3.079) an einen Forderungskäufer verkauft. Durch den Verkauf der Forderungen wurden sämtliche Chancen und Risiken auf den Forderungskäufer übertragen, sodass diese Forderungen entsprechend der IFRS-Regelungen ausgebucht und als sonstige Vermögenswerte in der Bilanz ausgewiesen wurden.

Die Veränderung der überfälligen Forderungen im Vergleich zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus den in 2013 neu akquirierten Gesellschaften. Bereinigt um diese Gesellschaften sind die überfälligen Forderungen bei moderaten Verschiebungen innerhalb der Altersstruktur um TEUR 4.284 zurückgegangen.

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.

24 Sonstige finanzielle und nicht finanzielle Vermögenswerte

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

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Finanzielle Vermögenswerte		
Sonstige Ausleihungen	646	942
Andere langfristige finanzielle Vermögenswerte	535	1.066
Gesamt	1.181	2.008
Nicht finanzielle Vermögenswerte		
Abgegrenzte Auszahlungen	7.534	8.440
Andere langfristige sonstige Vermögenswerte	2.070	2.303
Gesamt	9.604	10.743

Die anderen langfristigen sonstigen (nicht finanziellen) Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen die aktivisch abgegrenzten Transaktionskosten, die über die Laufzeit der Kreditfazilität amortisiert werden.

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

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Finanzielle Vermögenswerte		
Forderungen gegen bestehende und ehemalige Gesellschafter der Konzerngesellschaften	2.618	4.250
Debitorische Kreditoren	771	637
Kautionen	510	351
Sonstige Ausleihungen	2.382	0
Andere finanzielle Vermögenswerte	3.929	5.842
Gesamt	10.210	11.080
Nicht finanzielle Vermögenswerte		
Abgegrenzte Auszahlungen	9.422	11.393
Forderungen aus Steuern	6.029	5.600
Geleistete Anzahlungen auf Unternehmensanteile	78	0
Sonstige geleistete Anzahlungen	792	2.128
Forderungen aus Investitionszulagen	222	216
Andere sonstige Vermögenswerte	1.127	722
Gesamt	17.670	20.059

Die anderen finanziellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen Forderungen aus dem Verkauf von Forderungen aus Lieferungs- und Leistungsbeziehungen an eine türkische Factoring-Gesellschaft. Aufgrund der Übernahme der wesentlichen Risiken durch den Factor erfolgt eine Ausbuchung der bilanzierten Forderungen. Ein anhaltendes Engagement (sog. continuing involvement) seitens Ströer ist nicht gegeben. Die aktivierten Beträge gegen den Factor entsprechen der Höhe der verkauften Forderungen. Darüber hinaus beinhalten die anderen finanziellen Vermögenswerte geleistete Garantien im Rahmen von Ausschreibungen sowie weitere Ansprüche aus bestehenden Vertragsverhältnissen.

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

In TEUR	2013	2012
Wertberichtigungen zu Beginn des Berichtsjahres	524	612
Zuführungen (erfolgswirksam)	288	2
Auflösungen (erfolgswirksam)	-1	-8
Inanspruchnahmen	-188	-82
Sonstige Veränderungen	-1	0
Wertberichtigungen am Ende des Berichtsjahres	622	524

Im Rahmen von Einzelwertberichtigungen wurden zum Stichtag finanzielle Vermögenswerte mit einem Nominalbetrag in Höhe von TEUR 960 (Vj.: TEUR 524) wertberichtigt. Nach Abzug der Einzelwertberichtigungen in Höhe von TEUR 622 (Vj.: TEUR 524) beträgt der Buchwert dieser Forderungen zum Stichtag TEUR 338 (Vj.: TEUR 0).

Die folgende Tabelle zeigt den Buchwert der überfälligen 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
31.12.2013	667	7	20	7	62
31.12.2012	221	12	14	22	38

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

25 Vorräte

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	2.821	5.340
Fertige Erzeugnisse und Waren	64	111
Geleistete Anzahlungen auf Vorräte	25	2
Gesamt	2.910	5.453

Die als Aufwand in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Vorräte betragen TEUR 2.174 (Vj.: TEUR 2.426).

26 Zahlungsmittel

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Bankguthaben	43.084	23.408
Kassenbestände	65	58
Gesamt	43.149	23.466

In den Bankguthaben sind Tages- und Termingelder in Höhe von TEUR 7.291 (Vj.: TEUR 1.164) enthalten. Die erzielten Zinssätze bewegen sich in einer Spanne von 0,01 bis 0,25 Prozent (Vj.: 0,01 bis 0,35 Prozent).

In den Bankguthaben sind Beträge in Höhe von TEUR 5.000 (Vj.: TEUR 0) enthalten, die zum Bilanzstichtag einer kurzfristigen Verfügungsbeschränkung unterliegen.

27 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte

Die zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerte beinhalten zum Bilanzstichtag in Essen befindliche Grundstücke und Gebäude der DSM Deutsche Städte Medien GmbH in Höhe von TEUR 963. Mit Kaufvertrag vom 12. November 2013 gingen Besitz, Nutzen und Lasten am 1. Januar 2014 auf den Käufer über. Die bereits erhaltene Kaufpreiszahlung in Höhe von TEUR 1.000 ist unter den kurzfristigen Verbindlichkeiten bilanziert.

28 Eigenkapital

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

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital wurde aufgrund der dem Vorstand der Gesellschaft erteilten und am 14. Juli 2010 in das Handelsregister eingetragenen Ermächtigung (Genehmigtes Kapital I) im Geschäftsjahr 2013 von TEUR 42.098 um TEUR 6.772 auf TEUR 48.870 erhöht. Die Erhöhung erfolgte am 3. Juni 2013 im Wege einer Sacheinlage durch Ausgabe von 6.771.546 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien mit voller Dividendenberechtigung.

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

Die nachfolgenden Angaben sind im Wesentlichen der Satzung der Ströer 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 von neuen, 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 Ausgabebetrages nicht wesentlich im Sinne der §§ 203 Abs. 1 und 2, 186 Abs. 3 S. 4 AktG unterschreitet und der auf die nach dieser Ziffer (iii) unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 S. 4 AktG ausgegebenen neuen Aktien entfallende anteilige Betrag des Grundkapitals insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht überschreitet und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung noch im Zeitpunkt ihrer Ausübung. Auf diesen Höchstbetrag ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf neue oder eigene Aktien entfällt, die seit dem 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.

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

Bedingtes Kapital 2010

Das Grundkapital der Gesellschaft ist um bis zu TEUR 11.776 durch Ausgabe von bis zu 11.776.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2010). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen und/oder Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund der von der Hauptversammlung vom 13. Juli 2010 beschlossenen Ermächtigung von der Gesellschaft oder einem Beteiligungsunternehmen begeben werden. Die Ausgabe der neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien erfolgt zudem 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.

Bedingtes Kapital 2013

Das Grundkapital ist um bis zu EUR 3.176.400 durch Ausgabe von bis zu 3.176.400 Stück auf den Inhaber lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2013). Die bedingte Kapitalerhö-

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

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage der Gesellschaft hat sich im Geschäftsjahr 2013 von TEUR 296.490 um TEUR 50.902 auf TEUR 347.391 erhöht. Von dem Anstieg entfallen TEUR 50.651 auf den Erwerb der Ströer Digital Group GmbH, deren Anteile im Wege einer Sacheinlage gegen Ausgabe von 6.771.546 neuen Aktien als Agio in die Kapitalrücklage eingestellt wurden. Gegenläufig haben sich Aufwendungen in Höhe von TEUR 26 ausgewirkt, die direkt der Kapitalerhöhung zuordenbar waren. Darüber hinaus entfallen TEUR 277 auf eine Zuführung im Rahmen des im Jahr 2013 neu aufgelegten Aktienoptionsprogramms.

Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen umfassen in der Vergangenheit erzielte und nicht ausgeschüttete Ergebnisse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen. Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 8. August 2013 wurden TEUR 20.000 aus dem Bilanzgewinn 2012 auf neue Rechnung vorge tragen und TEUR 19.987 in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

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. In dem Betrag sind erstmals auch die aus der Umrechnung der als Net Investment designierten Darlehen der Ströer AG an ihre ausländischen Konzerngesellschaften hervorgegangenen Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 10.992 enthalten, die das Konzernergebnis somit nicht gemindert haben.

Die erfolgsneutral verrechneten latenten Steuerverbindlichkeiten auf Bewertungsergebnisse von in Sicherungsbeziehungen stehenden derivativen Finanzinstrumenten belaufen sich auf insgesamt TEUR 0 (Vj.: TEUR 0), da zurzeit keine Sicherungsbeziehungen bestehen.

Anteile ohne beherrschenden Einfluss

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

Verpflichtung zum Erwerb eigener EK-Instrumente

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 führen. Wir stellen diese Optionen entsprechend unseren Ausführungen zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden als fiktiven Erwerb am Stichtag dar. Für die Verpflichtungen sind Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 21.724 (Vj.: TEUR 11.598) dotiert worden.

Gewinnverwendung

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

Im Geschäftsjahr 2013 weist der Jahresabschluss der Ströer AG einen Jahresüberschuss von TEUR 28.631 (Vj.: TEUR 19.987) und einen Bilanzgewinn von TEUR 48.631 (Vj.: TEUR 39.987) aus.

Kapitalmanagement

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. Das in das generelle Kapitalmanagement einbezogene Fremdkapital setzt sich zusammen aus Finanzverbindlichkeiten (inkl. positiver bzw. negativer Marktwerte aus Zinssicherungsgeschäften) und den sonstigen Verbindlichkeiten, wie sie in der Konzernbilanz ausgewiesen werden. Im Rahmen der Konzernfinanzierung durch Bankdarlehen orientiert sich der Ströer Konzern an einer externen Steuerungsgröße in Form des maximal erlaubten Verschuldungsgrads. Wichtiger Bestandteil der internen Steuerung sind die Planung und laufende Überwachung des operativen Ergebnisses (Operational EBITDA), da es über den Verschuldungsgrad in die Bestimmung der anzuwendenden Kreditmarge einfließt. 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 zum Stichtag ebenso wie im Vorjahr komfortabel eingehalten. Siehe zum Operational EBITDA auch Abschnitt 35 „Segmentberichterstattung“.

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 der 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.

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

29 Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen

Bei den wesentlichen existierenden Pensionsplänen handelt es sich um leistungsorientierte Pensionszusagen im Inland, 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 der in der Bilanz ausgewiesenen Pensionsrückstellung.

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

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Anwartschaftsbarwert 1.1.	23.924	20.928
Laufender Dienstzeitaufwand	153	289
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	239	-294
Zinsaufwand	832	1.044
Versicherungsmathematische Gewinne (-)/Verluste (+)	561	3.637
Pensionszahlungen	-1.603	-1.625
Veränderungen im Konsolidierungskreis	0	0
Währungsumrechnung	-40	1
Sonstige Veränderungen	-210	-56
Anwartschaftsbarwert 31.12. / Bilanzwert	23.856	23.924

Der Rückgang der erfolgsneutral erfassten versicherungsmathematischen Verluste um TEUR 3.076 auf TEUR 561 beruht im Wesentlichen auf dem im Vergleich zum Vorjahr nahezu gleichgebliebenen Diskontierungzinssatz. Im Vorjahr war ein wesentlich gesunkener Diskontierungzinssatz der Grund für die erhöhten versicherungsmathematischen Verluste. Plankürzungen sind im laufenden Geschäftsjahr nicht zu verzeichnen.

Es wurden Sensitivitäten 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 -1.337 (Vj.: TEUR -1.229) auf die Anwartschaftsbarwerte auswirken; eine Veränderung um -0,5 Prozentpunkte mit TEUR +1.479 (Vj.: TEUR +1.353).

Neben der Veränderung des Zinssatzes wurde der Rententrend als wesentlicher Einflussparameter auf den Anwartschaftsbarwert identifiziert. Eine Veränderung des Rententrends um +0,5 Prozentpunkte würde sich zum Bilanzstichtag mit TEUR 1.143 (Vj.: TEUR 1.143) auf die Anwartschaftsbarwerte auswirken; eine Veränderung um -0,5 Prozentpunkte mit TEUR -1.059 (Vj.: TEUR -1.061).

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

Konzern (in %)	31.12.2013	31.12.2012
Zinssatz	3,40	3,50
Rententrend	1,00	1,00
Gehaltstrend	2,00	2,00
Fluktuationsrate	1,00	1,00

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

In TEUR	2013	2012
Zinsaufwand	832	1.044
Dienstzeitaufwand und sonstige Veränderungen	183	-61
Aufwendungen für leistungsorientierte Versorgungsleistungen	1.015	983
Aufwendungen für gesetzliche Rentenversicherungsbeiträge	6.721	5.794
Gesamtaufwendungen für Versorgungsleistungen	7.736	6.777

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 -1.808 (Vj.: TEUR -1.435).

Die Anwartschaftsbarwerte sowie die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009
Barwert der nicht gedeckten Verpflichtungen	23.856	23.924	20.928	21.317	20.069
Gewinn/Verlust der Periode aus					
Erfahrungsbedingten Anpassungen der Planschulden	-258	111	316	-20	-111
Anpassungen versicherungsmathematischer Annahmen	819	-3.748	-441	1.485	346

30 Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen haben sich im Geschäftsjahr wie folgt entwickelt:

In TEUR	1.1.2013	Währungs- änderung	Ände- rung des Konsolidie- rungskreises	Zuführung	Effekte aus Aufzinsung und Zinssatz- änderung	Verbrauch	Auflösung	Umbuchung	31.12.2013
Abbauverpflichtungen	17.699	-29	0	1.945	283	-862	-1.175	0	17.861
davon langfristig	12.432								12.123
Personalbereich	6.138	-5	464	8.535	5	-5.684	-427	13	9.039
davon langfristig	152								1.872
Übrige	7.965	-52	18	4.666	-6	-1.713	-1.624	-13	9.241
davon langfristig	660								1.517
Summe	31.802	-86	482	15.146	282	-8.259	-3.226	0	36.141

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 2,75 Prozent (Vj.: 2,1 Prozent).

Die übrigen sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen zur Vorsorge für öffentlich-rechtliche Prozessrisiken in Deutschland und in der Türkei gebildet.

In den übrigen sonstigen Rückstellungen sind außerdem auch Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen in Höhe von TEUR 457 (Vj.: TEUR 1.046) enthalten. Im Geschäftsjahr wurden TEUR 661 Inanspruch genommen und TEUR 72 zugeführt.

31 Finanzverbindlichkeiten

Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	Buchwert	
	31.12.2013	31.12.2012
Darlehensverbindlichkeiten	330.573	296.967
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	14.364	2.600
Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen	3.929	6.570
Sonstige Finanzverbindlichkeiten	1.142	0
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	366	1.473
Derivative Finanzinstrumente	825	3.342
Gesamt	351.199	310.952

Der syndizierte Kredit hat unverändert eine Laufzeit bis zum 27. Juli 2017 und besteht aus einem endfälligen Darlehen von TEUR 275.000 (Term Loan) sowie einer flexibel nutzbaren Kreditlinie von TEUR 225.000 (Revolving Credit Facility). Im Zuge einer Ergänzungsvereinbarung zu dem bestehenden Kreditvertrag wurde zudem im Berichtsjahr eine Finanzkennziffer zugunsten des Konzerns langfristig angepasst.

Der Kredit und die Kreditlinie werden mit einer variablen Marge auf den EURIBOR verzinst, die sich in Abhängigkeit vom Verschuldungsgrad unverändert in der Bandbreite zwischen 175bp und 360bp bewegt.

Für die Anpassung des bestehenden Kreditvertrages beziehungsweise die Restrukturierung der Finanzierungsstruktur im Vorjahr sind Transaktionskosten von insgesamt TEUR 625 (Vj.: TEUR 6.875) angefallen, die in Höhe von TEUR 344 (Vj.: TEUR 3.781) von dem Buchwert des Darlehens in Abzug gebracht worden sind. Der verbleibende Betrag wurde als sonstiger Vermögenswert aktivisch über die Laufzeit der Kreditfazilität abgrenzt. Wir verweisen hierzu auf Abschnitt 24.

Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Verbindlichkeiten aus Unternehmenskäufen	15.373	1.532
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile	7.360	8.998
Kontokorrentverbindlichkeiten	6.642	10.534
Kreditorische Debitoren	6.354	4.767
Zinsverbindlichkeiten	2.192	2.144
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	1.119	1.325
Darlehensverbindlichkeiten	1.039	16
Sonstige kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	483	264
Derivative Finanzinstrumente	1.708	2.004
Gesamt	42.270	31.584

Zu den Verbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben verweisen wir auf Abschnitt 6.

Für Finanzierungsleasing-Verträge, die im Wesentlichen aus der Akquisition der ECE flatmedia in 2011 resultieren und die sich auf Betriebs- und Geschäftsausstattung beziehen, betragen die zukünftigen Mindestleasingzahlungen zum Stichtag:

In TEUR	31.12.2013			31.12.2012		
	Künftige Mindestleasingzahlungen	Zinsen	Barwert	Künftige Mindestleasingzahlungen	Zinsen	Barwert
Bis zu 1 Jahr	1.161	42	1.119	1.374	49	1.325
1 – 5 Jahre	394	28	366	1.599	126	1.473
Gesamt	1.555	70	1.485	2.973	175	2.798

32 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

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

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	69.057	53.209
Abgegrenzte Verbindlichkeiten aus ausstehenden Rechnungen	38.871	27.257
Gesamt	107.928	80.466

Von dem Anstieg des Gesamtbetrags in Höhe von TEUR 27.463 entfallen TEUR 27.911 auf Verbindlichkeiten von Unternehmen der Online-Werbevermarktung, die erstmals im Geschäftsjahr 2013 in den Konzern einbezogen worden sind.

33 Sonstige Verbindlichkeiten

Die kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	13.602	10.894
Abgegrenzte Einzahlungen	10.272	15.674
Übrige sonstige Verbindlichkeiten	11.735	7.761
Gesamt	35.609	34.329

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

34 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 laufender Geschäftstätigkeit, Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

Die Darstellung der Zahlungsströme aus laufender Geschäftstätigkeit erfolgt mittels der indirekten Methode, indem entsprechend den Vorgaben des IAS 7 das Periodenergebnis um nicht zahlungswirksame Vorgänge korrigiert wird. Darüber hinaus werden Sachverhalte eliminiert, die dem Cash-Flow aus Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzurechnen sind. Ausgangspunkt des Cash-Flow aus operativer Tätigkeit ist das Konzernergebnis, von dem dann in einem zweiten Schritt das Finanzergebnis (einschließlich Währungsergebnis) und das Steuerergebnis abgezogen werden.

Im Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit sind wie im Vorjahr keine Dividendeneinnahmen enthalten.

Neben den im Cash-Flow aus investiver Tätigkeit enthaltenen Beträgen sind im Geschäftsjahr insgesamt Transaktionen in Höhe von TEUR 0 (Vj.: TEUR 1.548) im Sinne des IAS 7.43 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 und Zahlungsmitteläquivalente. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente setzen sich aus den Kassenbeständen und Guthaben bei Kreditinstituten zusammen.

Insgesamt unterliegen liquide Mittel in Höhe von TEUR 5.000 (Vj.: TEUR 0) einer kurzfristigen Verfügungsbeschränkung. Es wird auf Abschnitt 26 verwiesen.

35 Segmentberichterstattung

Berichterstattung nach operativen Segmenten

Ströer hat drei berichtspflichtige Segmente identifiziert, die entsprechend der internen Steuerung und Berichterstattung der Geschäftsfelder eigenständig organisiert und geführt werden.

2013

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Online	Überleitung	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	419.590	94.497	56.369	64.364	0	634.820
Innenumsatzerlöse	1.037	63	29	0	-1.128	0
Segmentumsätze	420.627	94.560	56.397	64.364	-1.128	634.820
Operational EBITDA	100.482	13.816	6.425	6.368	-9.107	117.984
Abschreibungen	41.727	18.334	4.522	5.647	5.724	75.953
Zinserträge	206	0	157	206	92	661
Zinsaufwendungen	12.605	6.809	3.003	208	-5.339	17.286
Ertragsteuern	3.562	1.004	-268	232	-16.487	-11.957

2012

In TEUR	Ströer Deutschland	Ströer Türkei	Sonstige	Online	Überleitung	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	411.411	91.290	57.896	0	0	560.597
Innenumsatzerlöse	242	50	45	0	-337	0
Segmentumsätze	411.653	91.339	57.942	0	-337	560.597
Operational EBITDA	97.547	12.857	4.371	0	-7.796	106.978
Abschreibungen	40.682	18.616	4.977	0	2.475	66.750
Zinserträge	565	0	115	0	11	691
Zinsaufwendungen	31.881	7.347	2.804	0	-2.537	39.494
Ertragsteuern	5.608	1.250	86	0	-10.562	-3.619

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, Transport und Sonstige.

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.

Online

Das Segment Online umfasst die gesamten Tätigkeiten des Konzerns im Bereich der Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen.

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 (jeweils vor Abschreibungen). Die Segmentergebnisgröße wird um bestimmte Bereinigungseffekte korrigiert.

Als Bereinigungseffekte hat der Konzern Aufwendungen und Erträge aus Änderungen im Beteiligungsportfolio, 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	2013	2012
Aufwendungen und Erträge aus Änderungen des Beteiligungspotfolios	1.005	1.780
Aufwendungen und Erträge aus Kapitalstrukturmaßnahmen	1	893
Reorganisations- und Restrukturierungsaufwendungen	2.557	3.244
Sonstige außerordentliche Aufwendungen und Erträge	1.651	625
Summe	5.214	6.542

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

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).

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

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

In TEUR	2013	2012
Summe Segmentergebnisse (Operational EBITDA)	127.091	114.774
Zentrale Posten	-9.107	-7.796
Operational EBITDA-Konzern	117.984	106.978
Bereinigungseffekte	-5.214	-6.542
EBITDA	112.770	100.436
Abschreibungen	-75.953	-66.750
Finanzierungserträge	4.481	19.515
Finanzierungsaufwendungen	-24.228	-51.395
Konzernergebnis vor Ertragsteuern	17.070	1.806

Berichterstattung nach geografischen Gebieten

Die Zurechnung der Umsätze erfolgt nach dem Standortprinzip (d.h. geografischer Standort des umsatzgenerierenden Ströer Unternehmens). Im Vorjahr erfolgte die Zurechnung der Umsätze nach dem Bestimmungslandprinzip (d.h. geografischer Standort des Endkunden). Die Anpassung wurde im Rahmen der Integration der Unternehmen des Online-Geschäfts vorgenommen. Auf die Verteilung der Umsätze im Out-of-Home-Geschäft hat diese Anpassung keine wesentliche Auswirkung. Die langfristigen Vermögenswerte werden wie schon im Vorjahr nach dem Standortprinzip zugeordnet.

2013

In TEUR	Deutschland	Türkei	Übriges Ausland	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	467.575	106.233	52.012	634.820
Langfristige Vermögenswerte (IFRS 8)	595.215	115.112	69.873	780.200

2012

In TEUR	Deutschland	Türkei	Übriges Ausland	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	418.886	91.290	50.421	560.597
Langfristige Vermögenswerte (IFRS 8)	514.683	154.522	57.474	726.679

Berichterstattung nach Produktgruppen

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

2013

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Online	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	288.804	144.926	97.659	39.246	64.185	634.820

2012

In TEUR	Billboard	Street Furniture	Transport	Sonstige	Online	Konzernwert
Außenumsatzerlöse	286.644	147.155	91.506	35.294	0	560.597

Street Furniture

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

Billboard

In der Produktgruppe Billboard werden die überwiegend großformatigen Werbeträger mit Werbeflächen bis zu 9 Quadratmeter und größer 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, Bahnhöfen und Einkaufszentren 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 Endkunden Umsatzerlöse von mindestens 10 Prozent der gesamten Umsatzerlöse erzielt.

Online

In dieser Produktgruppe werden alle Erlöse aus der Vermittlung und Vermarktung von Online-Werbeflächen zusammengefasst.

36 Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 und IFRS 13 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 Zahlungsmitteläquivalente 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. Ähnliche Charakteristika ergeben sich nach dem Verständnis des Konzerns, wenn sich hohe Forderungen gegen einen Debitor oder eine Gruppe von verbundenen Debitoren ergeben. Zum Stichtag 31. Dezember 2013 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. Die Verzinsung der Verbindlichkeit erfolgt variabel. Die Entwicklung des Zinsniveaus wird regelmäßig überwacht, um rechtzeitig auf Veränderungen reagieren zu können. Sicherungsmaßnahmen werden zentral koordiniert bzw. durchgeführt. Unverändert zum Vorjahr bestehen keine Zinssicherungsinstrumente, die sich in einer Hedge-Beziehung befinden.

Die Nominal- und Marktwerte der am Bilanzstichtag bestehenden Zinssicherungsinstrumente, die als Stand-alone-Instrumente behandelt werden, stellen sich wie folgt dar:

In TEUR Derivat	Nominalvolumen	Laufzeitende	Beizulegender Zeitwert		Cash-Flow Hedge	Stand-alone
			31.12.2013	31.12.2012		
Zinsswap	70.000	April 2013	0	-1.252	0	70.000
Zinsswap	40.000	Januar 2015	-2.533	-4.094	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 langfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

Die Zinsswaps werden zum jeweiligen Bilanzstichtag unter Nutzung der aktuellen Zinsstrukturkurven durch ein Discounted-Cash-Flow-Verfahren bewertet.

Im Geschäftsjahr 2013 wurden keine Bewertungserfolge aus Zinsswaps erfolgsneutral mit dem Eigenkapital verrechnet (Vj.: TEUR 1.123). Auf Grund der Dedesignation von Hedge-Beziehungen im Nominalvolumen von TEUR 300.000 wurde der Gesamtbetrag von TEUR 4.900 im Laufe des Vorjahres aus dem Eigenkapital ausgebucht.

Bei den verbleibenden Zinsswaps, die nicht 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 um 25 Basispunkte nach unten ceteris paribus auf das Periodenergebnis. Die Zinsstrukturkurve wurde lediglich um 25 Basispunkte nach unten verschoben, da diese Verringerung nach Einschätzung des Konzerns dem maximalen Zinsänderungsrisiko bei dem aktuell niedrigen Zinsniveau entspricht. Die Analyse bezieht sich auf die Stand-alone-Derivate, auf die variabel verzinsten Finanzverbindlichkeiten sowie auf die vorhandenen Zahlungsmittel. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

In TEUR	31.12.2013		31.12.2012	
	+ 100 bp	- 25 bp	+ 100 bp	- 25 bp
Veränderung des Periodenergebnisses	-2.136	533	-1.609	399

Währungsrisiko

Das Währungsrisiko hat im Ströer Konzern nach der Designation der konzerninternen Finanzierung in der Türkei und in Polen als Net Investments im Sinne des IAS 21 mit Ausnahme der Umrechnung des operativen Ergebnisses dieser Geschäftsbereiche in Euro nur noch eine untergeordnete Bedeutung. Die Designation als Net Investments erfolgte im Geschäftsjahr 2013. Die funktionale Währung der Gesellschaften in den Ländern, in denen der Konzern operiert, 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 Konzernberichtswährung (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 2013 würde sich das Jahresergebnis um TEUR 18 (Vj.: TEUR 4.461) reduzieren bzw. verbessern. Bei einer entsprechenden Aufwertung bzw. Abwertung des Euro gegenüber dem Polnischen Zloty würde sich das Jahresergebnis dagegen um TEUR 1.082 (Vj.: TEUR 3.444) vermindern bzw. erhöhen. Diese Analyse wurde unter Berücksichtigung der als Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb (IAS 21) behandelten Euro-Darlehen sowie unter der Annahme durchgeführt, dass alle anderen Variablen, insbesondere die Zinssätze, unverändert bleiben, und beruht auf den Fremdwährungspositionen zum Stichtag.

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 2013 (dabei wurden für die Derivate auf Basis der Zinsstrukturkurve zum 31. Dezember 2013 die voraussichtlichen Zahlungsströme prognostiziert):

Vertragliche Fälligkeit der finanziellen Verbindlichkeiten inklusive Zinszahlungen zum 31.12.2013

In TEUR	Buchwert	< 1 Jahr	1–3 Jahre	3–5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Finanzverbindlichkeiten	369.203	65.957	55.273	284.957	2.717	408.904
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	107.928	107.928	0	0	0	107.928
Derivate ohne Hedge-Beziehung	2.533	1.711	828	0	0	2.539
Verpflichtung auf Erwerb eigener Anteile	21.724	7.360	6.988	8.512	0	22.860
Gesamt	501.388	182.956	63.089	293.469	2.717	542.231

Vertragliche Fälligkeit der finanziellen Verbindlichkeiten inklusive Zinszahlungen zum 31.12.2012

In TEUR	Buchwert	< 1 Jahr	1–3 Jahre	3–5 Jahre	> 5 Jahre	Gesamt
Finanzverbindlichkeiten	325.592	28.699	49.141	297.546	5.125	380.511
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	80.466	80.466	0	0	0	80.466
Derivate ohne Hedge-Beziehung	5.346	2.855	2.505	0	0	5.360
Verpflichtung auf Erwerb eigener Anteile	11.598	8.998	2.600	0	0	11.598
Gesamt	423.002	121.018	54.246	297.546	5.125	477.935

Zusätzliche Angaben zu Finanzinstrumenten

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

In TEUR	Bewertungskategorie nach IAS 39	Wertansatz Bilanz nach IAS 39				
		Buchwert 31.12.2013	Fortgeführte Anschaffungskosten	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value 31.12.2013
Aktiva						
Zahlungsmittel	KuF	43.149	43.149			43.149
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	88.884	88.884			88.884
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	1.181	1.181			1.181
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	10.210	10.210			10.210
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvfV	173	173			n.a.
Passiva						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzfA	107.928	107.928			107.928
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	336.001	332.072		3.929 ²⁾	336.001
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	33.203	21.056		12.147 ²⁾	33.203
Derivate ohne Hedge-Beziehung (Level 2)	FVebZ	2.533			2.533	2.533
Verpflichtung zum Erwerb eigener Anteile (Level 3)	FVzfA	21.724	2.600	19.124	0	21.724
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:						
Kredite und Forderungen	KuF	143.424	143.424			143.424
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvfV	173	173			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden	FVzfA	498.856	463.656	19.124	16.076	498.856
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	FVebZ	2.533			2.533	2.533

¹⁾ beizulegender Zeitwert vor Berücksichtigung latenter Steuern

²⁾ Earn-Out-Verbindlichkeiten (Level 3)

In TEUR	Bewertungskategorie nach IAS 39	Wertansatz Bilanz nach IAS 39				Fair Value 31.12.2012
		Buchwert 31.12.2012	Fortgeführte Anschaffungskosten	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value erfolgswirksam	
Aktiva						
Zahlungsmittel	KuF	23.466	23.466			23.466
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	KuF	65.706	65.706			65.706
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	2.008	2.008			2.008
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	KuF	11.080	11.080			11.080
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvfV	101	101			n.a.
Passiva						
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FVzfA	80.466	80.466			80.466
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	305.010	298.455		6.555 ²⁾	305.010
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FVzfA	20.582	19.915		667 ²⁾	20.582
Derivate ohne Hedge-Beziehung (Level 2)	FVebZ	5.346			5.346	5.346
Verpflichtung auf Erwerb eigener Anteile (Level 3)	FVzfA	11.598	8.579	3.019	0	11.598
Davon aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:						
Kredite und Forderungen	KuF	102.260	102.260			102.260
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	ZVvfV	101	101			n.a.
Finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert werden	FVzfA	417.656	407.415	3.019	7.222	417.656
Finanzielle Verbindlichkeiten erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert	FVebZ	5.346			5.346	5.346

Aufgrund der kurzen Laufzeiten von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, 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 unter Berücksichtigung des eigenen Kreditrisikos von Ströer ermittelt (sog. Stufe 2 Zeitwerte). Zur Diskontierung werden marktübliche Zinssätze bezogen auf die entsprechenden Fristigkeiten verwendet. 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: Börsen- oder Marktpreis für ähnliche Finanzinstrumente auf einem aktiven Markt oder für identische oder ähnliche Finanzinstrumente auf einem nicht aktiven Markt oder andere Inputfaktoren als Marktpreisnotierungen, bei denen die angewandten Parameter auf beobachtbaren Marktdaten basieren.
- Stufe 3: Bewertungstechniken, bei denen die angewandten Parameter nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren.

Ein Wechsel der Einschätzung, welche Stufe für die Bewertung der jeweiligen Vermögenswerte und Schulden heranzuziehen ist, findet im Zeitpunkt des eventuellen Vorliegens neuer Sachverhalte statt. Derzeit werden im Konzernabschluss derivative Finanzinstrumente zum Fair Value bewertet, die im vollen Umfang in die Stufe 2 fallen. Darüber hinaus bestehen bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenserwerben sowie Put-Optionen über Anteile an verschiedenen Konzernunternehmen, die jeweils der Stufe 3 angehören. Diese an vertraglich vereinbarte Bedingungen geknüpften Verbindlichkeiten werden auf Basis des im Vertrag festgelegten Bewertungsschemas zum Stichtag als Finanzverbindlichkeit zum beizulegenden Zeitwert neu bewertet. Für Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreiszahlungen bzw. zum Erwerb von nicht beherrschenden Anteilen werden die beizulegenden Zeitwerte auf Basis von nicht-beobachtbaren Inputfaktoren (Discounted Cash Flows) ermittelt. In die Bewertungsmodelle gehen neben den für die betroffenen Gesellschaftsanteile prognostizierten – und in Einzelfällen mit Wahrscheinlichkeiten gewichteten – EBITDA-Größen auch laufzeitenabhängige, risikoadjustierte Zinsen ein. Die EBITDA-Größen resultieren aus der jeweiligen kurz- und mittelfristigen Unternehmensplanung. Eine Einschätzung und eventuelle Anpassung hinsichtlich der eintretenden EBITDA-Größen wurde quartalsweise durchgeführt. Die folgende Tabelle stellt die Veränderungen der zur Stufe 3 gehörenden Verbindlichkeiten dar:

In TEUR	1.1.2013	Zugänge	Neubewertungen	Abgänge	31.12.2013
Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten	7.222	12.186	– 555	– 2.776	16.077
Verbindlichkeiten aus Erwerb eigener Anteile	3.019	18.678	– 2.573	0	19.124

Aus der Neubewertung der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten ergaben sich Aufwendungen in Höhe von 0,9 Millionen Euro, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wurden, sowie Zinsaufwendungen aus Aufwertungen in Höhe von 0,4 Millionen Euro. Darüber hinaus führte die Ausbuchung einer ausgelaufenen bedingten Kaufpreisverbindlichkeit zu einem Ertrag in Höhe von 1,9 Millionen Euro, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen wurde.

Die Bewertungsmodelle sind sensitiv hinsichtlich der Höhe der prognostizierten und tatsächlich erreichten EBITDA-Größen. So würden die beizulegenden Zeitwerte der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten bei einer Erhöhung des jeweiligen EBITDA um 20 Prozent (bzw. Minderung um 20 Prozent) um TEUR 200 ansteigen (bzw. um TEUR 3.910 sinken). Die Verbindlichkeiten aus Put-Optionen würden um TEUR 5.516 steigen (bzw. um TEUR 4.289 sinken). Darüber hinaus besteht eine Sensitivität bzgl. der verwendeten Diskontierungszinssätze. Die Verbindlichkeiten würden sich jedoch aufgrund der überwiegend kurzfristigen Laufzeiten bei einem um 100 Basispunkte erhöhten bzw. reduzierten Zinssatz nur marginal verändern. Dies gilt auch für die Beträge des Vorjahres.

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

In TEUR	2013	2012
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	-38	1.894
Kredite und Forderungen	-1.907	-2.118
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
Zu Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	-1.081	2.149

Die Nettogewinne bzw. -verluste der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten beinhalten die Bewertungsergebnisse der als frei stehende Derivate zu klassifizierenden Zinsswaps.

Die Nettogewinne bzw. -verluste aus Krediten und Forderungen beinhalten Ergebnisse aus Wertminderungen (TEUR 1.611, Vj.: TEUR 1.708), 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 661 (Vj.: TEUR 691). Der Gesamtzinsaufwand für finanzielle Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, beträgt im Geschäftsjahr TEUR 15.981 (Vj.: TEUR 37.821).

37 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 1.509 (Vj.: TEUR 1.194).

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:

31.12.2013 In TEUR	Gesamtbetrag	davon mit Restlaufzeit		
		bis zu 1 Jahr	von 1–5 Jahren	über 5 Jahren
Mindestpachten	663.312	92.011	331.898	239.403
Standortmieten	335.819	65.722	253.789	16.308
Investitionsverpflichtungen	32.212	12.852	14.123	5.237
Sonstige Miet- und Leasingverpflichtungen	30.683	8.357	13.973	8.353
Instandhaltungsleistungen	827	422	405	0

Im Vorjahr teilten sich die Verpflichtungen folgendermaßen auf:

31.12.2012 In TEUR	Gesamtbetrag	davon mit Restlaufzeit		
		bis zu 1 Jahr	von 1–5 Jahren	über 5 Jahren
Mindestpachten	706.771	90.314	321.921	294.536
Standortmieten	390.470	76.477	294.459	19.534
Investitionsverpflichtungen	34.287	11.825	17.294	5.168
Sonstige Miet- und Leasingverpflichtungen	31.807	7.151	14.269	10.387
Instandhaltungsleistungen	360	180	180	0

Darüber hinaus hat der Ströer Konzern im Jahr 2013 Verträge zum Erwerb der GAN Game Ad Net GmbH in Höhe von 0,2 Millionen Euro abgeschlossen. Bezüglich näherer Informationen verweisen wir auf unsere Ausführungen im Nachtragsbericht. Im Hinblick auf den Erwerb von Sachanlagevermögen im Folgejahr ist der Konzern im Laufe des Geschäftsjahres keine weiteren finanziellen Verpflichtungen eingegangen (Vj.: TEUR 572).

38 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahe stehende Personen wurden der Vorstand und der Aufsichtsrat sowie deren nahe Familienangehörige definiert. Nahe stehende Unternehmen umfassen – neben den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften – insbesondere jene Unternehmen, bei denen nahe stehende Personen allein oder gemeinsam mit anderen eine beherrschende Position innehaben.

Alle Geschäftsvorfälle mit nahe stehenden Personen und Unternehmen wurden im Berichtsjahr 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 bzw. Unternehmen fanden im Geschäftsjahr 2013 statt:

Herr 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 432 (Vj.: TEUR 443) erhalten hat. Bei den Leistungen handelt es sich im Wesentlichen um Aufwendungen für Standortnutzungsrechte. Aus Geschäftsbeziehungen mit diesen Unternehmen resultierten zudem Erträge in Höhe von TEUR 91 (Vj.: TEUR 884). Die Erträge stammen überwiegend aus vereinnahmten Vermarktungsprovisionen. Zum Bilanzstichtag ist aus diesen Geschäftsbeziehungen eine Forderung in Höhe von TEUR 6 (Vj.: TEUR 22) sowie eine Verbindlichkeit in Höhe von TEUR 30 (Vj.: TEUR 22) erfasst.

Darüber hinaus hat der Ströer Konzern mit wirtschaftlicher Wirkung zum 3. Juni 2013 sämtliche Anteile an der Ströer Digital Group GmbH erworben. An dieser Gesellschaft war Herr Udo Müller bisher indirekt mit einer Beteiligung von weniger als 50 Prozent beteiligt. Wir verweisen bezüglich weiterer Einzelheiten auf unsere Ausführungen im Abschnitt „6. Wesentliche Unternehmenserwerbe und Veräußerungen“.

Herr 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 20.368 (Vj.: TEUR 18.232), die erzielten Erträge betragen TEUR 5.981 (Vj.: TEUR 4.983). Forderungen bzw. Verbindlichkeiten, welche aus diesen Leistungsbeziehungen resultieren, bestehen zum 31. Dezember 2013 in Höhe von TEUR 566 (Vj.: TEUR 295) bzw. TEUR 257 (Vj.: TEUR 479).

Darüber hinaus hat der Ströer Konzern mit wirtschaftlicher Wirkung zum 3. Juni 2013 sämtliche Anteile an der Ströer Digital Group GmbH erworben. An dieser Gesellschaft war Herr Dirk Ströer bisher indirekt mit einer Beteiligung von mehr als 50 Prozent beteiligt. Wir verweisen bezüglich weiterer Einzelheiten auf unsere Ausführungen im Abschnitt „6. Wesentliche Unternehmenserwerbe und Veräußerungen“.

Herr Dr. Stefan Seitz ist bis 8. August 2013 Aufsichtsratsmitglied der Ströer AG gewesen. Darüber hinaus ist er an Unternehmen beteiligt, von welchen der Ströer Konzern Leistungen in Höhe von TEUR 0 (Vj.: TEUR 25) erhalten hat. Aus diesen Leistungsbeziehungen bestehen zum Stichtag keine Verbindlichkeiten (Vj.: TEUR 0).

Aus Geschäftsbeziehungen mit quotal konsolidierten Gemeinschaftsunternehmen belaufen sich die erhaltenen Leistungen im Geschäftsjahr auf TEUR 2.909 (Vj.: TEUR 2.774), die erzielten Erträge betragen TEUR 833 (Vj.: TEUR 1.392). Aus diesen Leistungsbeziehungen resultieren zum 31. Dezember 2013 Forderungen in Höhe von TEUR 144 (Vj.: TEUR 287) und Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 2.869 (Vj.: TEUR 4.462).

39 Honorare für Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Als Aufwand für Dienstleistungen des Konzernabschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wurden im Geschäftsjahr 2013 gebucht:

In TEUR	2013	2012
Honorar des Abschlussprüfers		
Honorare für Abschlussprüfungsleistungen	606	611
Honorare für andere Bestätigungsleistungen	297	9
Honorare für Steuerberatungsleistungen	182	178
Honorare für sonstige Leistungen	147	881
Gesamt	1.232	1.679

Die Honorare für andere Bestätigungsleistungen umfassen im Wesentlichen Aufwendungen aus Due-Diligence-Leistungen.

40 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:

CITY-DESIGN Gesellschaft für Außenwerbung mbH, Köln
 DERG Vertriebs GmbH, Köln
 DSM Deutsche Städte Medien GmbH, Frankfurt am Main
 DSM Zeit und Werbung GmbH, Frankfurt am Main
 INFOSCREEN GmbH (vormals: Ströer Digital Media GmbH), Köln
 Ströer DERG Media GmbH, Kassel
 Ströer Deutsche Städte Medien GmbH, Köln
 Ströer Digital Group GmbH, Köln
 Ströer Digital Media GmbH (vormals: freeXmedia GmbH), Hamburg
 Ströer Kulturmedien GmbH, Köln
 Ströer Media Deutschland GmbH, Köln
 Ströer Mobile Media GmbH (vormals: RI RadiInvest GmbH), Köln
 Ströer Primetime GmbH, Köln
 Ströer Sales & Service GmbH, Köln

41 Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der Ströer AG haben am 24. Januar 2014 die jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG abgegeben. Die Entsprechenserklärung wurde den Aktionären auf der Internetseite der Gesellschaft <http://ir.stroeer.de> unter der Rubrik Corporate Governance dauerhaft zugänglich gemacht.

42 Vergütungen für Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Der Aufwand aus Vergütungsvereinbarungen des Vorstands und des Aufsichtsrats des Ströer Konzerns beträgt:

In TEUR	2013	2012
Vorstand		
Kurzfristig fällige Leistungen	3.874	3.246
Andere langfristig fällige Leistungen	1.119	163
Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses	700	264
Aktienbasierte Vergütung	901	-116
Gesamt	6.594	3.557
Aufsichtsrat		
Kurzfristig fällige Leistungen	200	210
Gesamt	200	210

Kurzfristig fällige Leistungen umfassen insbesondere Gehälter, Sachbezüge sowie erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile, die innerhalb des Folgejahres zur Auszahlung gelangen. Langfristige fällige Leistungen umfassen dem Vorstand gewährte erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile (ohne aktienbasierte Vergütungsbestandteile), die erst in späteren Jahren zur Auszahlung gelangen. Die aktienbasierte Vergütung betrifft zum einen sog. Long Term Incentives (LTI) und zum anderen Vergütungen im Rahmen des in 2013 beschlossenen Aktienoptionsprogramms.

Für die dem Vorstand gewährte aktienbasierte LTI-Vergütung (ohne Aktienoptionsprogramm) wird zum Ende jeden Geschäftsjahres ein Referenzkurs der Aktie der Ströer AG ermittelt. Nach Ablauf von vier Geschäftsjahren wird der Referenzkurs mit dem Aktienkurs am Jahresende verglichen und auf Basis des erreichten Aktienkurses die Auszahlung der Vergütung ermittelt (sog. Vergütung mit Barausgleich bzw. „cash-settled“). Für die aktienbasierte Vergütung ist eine Obergrenze vereinbart. Bis zur vollständigen Erdienung der aktienbasierten Ansprüche, die durch Ausgabe von Aktien erfüllt werden, erfolgt eine erfolgswirksame Verteilung des beizulegenden Zeitwerts über den Erdienungszeitraum.

Die Ermittlung des Wertes der aktienbasierten Vergütung erfordert zu jedem Stichtag die Abschätzung eines in der Zukunft liegenden Aktienkurses. Dies erfolgt über ein Black-Scholes-Bewertungsmodell, in das zum 31. Dezember 2013 eine Volatilität von 36 bis 43 Prozent und eine Dividend-Yield von 1,5 Prozent eingeflossen sind. Die für das Modell verwendeten Zinssätze bewegen sich zwischen 0,1 Prozent und 0,4 Prozent. Für die auf das Jahr 2013 entfallende aktienbasierte Vergütung gehen wir derzeit davon aus, dass der Aktienkurs nach Ende des Erdienungszeitraums 178 Prozent des Referenzkurses entspricht. Die in 2013 gewährten 29.580 virtuellen Aktienoptionen haben jeweils einen beizulegenden Zeitwert von 12,33 Euro. Darauf entfällt in 2013 ein Aufwand aus der Zuführung zu Rückstellungen in Höhe von TEUR 482 (Vj.: TEUR 152).

Eine weitere Zuführung der Rückstellung in Höhe von TEUR 173 (Vj.: Auflösung TEUR 268) betrifft die Vergütung für die Jahre 2010 bis 2012. Die Rückstellung per 31. Dezember 2013 beträgt hieraus TEUR 874 (Vj.: TEUR 263).

Aktionsoptionsprogramm

Im Rahmen des in 2013 von der Hauptversammlung beschlossenen Aktienoptionsprogramms hat der Vorstand insgesamt 1.400.000 Optionen erhalten. Hieraus resultiert in 2013 ein Aufwand von TEUR 246. Der beizulegende Zeitwert je Option betrug zum Gewährungsdatum 1,41 Euro. Für nähere Einzelheiten verweisen wir auf Kapitel 44 „Anteilsbasierte Vergütung“.

Zum 31. Dezember 2013 sind für alle ggf. zukünftig fällig werdenden Bonusansprüche des Vorstands kurz- wie langfristiger Natur insgesamt TEUR 3.330 (Vj.: TEUR 2.475) als Rückstellungen erfasst, von denen TEUR 874 (Vj.: TEUR 263) auf derzeitige Ansprüche aus aktienbasierten Vergütungen entfallen. Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

Von den anderen langfristig fälligen Leistungen (sog. LTI) werden TEUR 740 im Jahr 2014 zur Auszahlung fällig.

43 Organe der Gesellschaft

Name	Mitgliedschaft in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten	Mitgliedschaft in anderen, Aufsichtsräten vergleichbaren Kontrollgremien
Vorstand		
Udo Müller (Vorsitzender)	TARTECH eco industries AG, Berlin	
Alfried Bührdel (Stellvertretender Vorsitzender) (bis 21. Februar 2014)		ECE flatmedia GmbH, Hamburg Sparkasse KölnBonn, Köln Stiftung Deutsche Sporthilfe, Frankfurt am Main Kölner Aussenwerbung GmbH, Köln DSM Krefeld Außenwerbung GmbH, Krefeld
Christian Schmalzl		
Aufsichtsrat		
Prof. Dr. h. c. Dieter Stolte (Vorsitzender), Publizist, ZDF Intendant a. D.		
Dieter Keller (Stellvertretender Vorsitzender), Wirtschaftsprüfer und Steuerberater		
Dirk Ströer Geschäftsführer der Ströer Außenwerbung GmbH & Co. KG, Köln		
Dietmar Peter Binkowska Vorstandsvorsitzender der NRW.BANK AöR, Düsseldorf (bis 6. Januar 2013)	GALERIA Kaufhof GmbH, Köln InCity Immobilien AG, Frankfurt am Main Portigon AG, Düsseldorf Portigon Financial Services GmbH i. Gr., Düsseldorf	Corpus Sireo Holding GmbH & Co. KG, Düsseldorf European Association of Public Banks (EAPB), Brüssel (Belgien) Fiege Logistik AG, Münchenstein (Schweiz) Investitionsbank des Landes Brandenburg AöR, Potsdam
Martin Diederichs Rechtsanwalt		DSD Steel Group GmbH, Saarlouis
Dr. Stefan Seitz Rechtsanwalt (bis 8. August 2013)	Kick-Media AG, Köln	
Christoph Vilanek Vorstandsvorsitzender der freenet AG, Büdelsdorf (ab 10. April 2013)	Netzpiloten AG, Hamburg mobilcom-debitel GmbH, Büdelsdorf	
Ulrich Voigt Bankkaufmann (ab 14. November 2013)	Vebowag AG, Bonn	Corpus Sireo GmbH & Co. KG, Düsseldorf Öffentlich-rechtliche Börse, Düsseldorf

44 Anteilsbasierte Vergütung

Aktienoptionsprogramm für Führungskräfte und Mitarbeiter

In 2013 führte der Konzern ein Aktienoptionsprogramm ein, das die betreffenden Mitglieder des Vorstands sowie führende Mitarbeiter berechtigt, Aktien des Unternehmens zu erwerben.

Die Optionsrechte können frühestens nach Ablauf einer Wartezeit von vier Jahren beginnend ab dem Zuteilungstag des Bezugsrechts ausgeübt werden. Die Optionen haben einen vertraglichen Optionszeitraum von sieben Jahren. Die Gesellschaft ist berechtigt, zur Bedienung der Aktienoptionen wahlweise statt neuer Aktien eine Barzahlung zu gewähren. Es wird von einer Bedienung in Aktien ausgegangen (sog. „equity settled“).

Die Ausübung der Aktienoptionen ist an die Erfüllung einer Anzahl von Dienstjahren (Vesting Period), an die Höhe des Aktienkurses der Gesellschaft sowie an ein operatives Mindest-EBITDA im Konzern von 150 Millionen Euro geknüpft. Der durch die Ausübung der Aktienoptionsrechte erzielbare Gewinn des jeweiligen Optionsinhabers darf das Dreifache des jeweiligen Ausübungspreises nicht überschreiten.

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

Nachfolgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl und die gewichteten durchschnittlichen Ausübungspreise (GDAP) sowie die Entwicklung der Aktienoptionen während des Geschäftsjahres.

In EUR	2013 Anzahl	2013 GDAP	2012 Anzahl	2012 GDAP
Am 01.01.2013 ausstehend	0	0	0	0
In 2013 gewährt	1.650.000	6,77	0	0
In 2013 kaduziert	0		0	0
In 2013 ausgeübt	0		0	
In 2013 verfallen	0		0	
In 2013 ausstehend	1.650.000	6,77	0	0
In 2013 ausübbar	0	0	0	0

Der erfasste Aufwand für während des Geschäftsjahres erhaltene Leistungen stellt sich wie folgt dar:

In TEUR	2013	2012
Aufwand aus anteilsbasierten Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente	277	0

Die gewichtete durchschnittliche Vertragsrestlaufzeit für die zum 31. Dezember 2013 ausstehenden Aktienoptionen beträgt 6,5 Jahre (Vj.: –)

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der während des Geschäftsjahres gewährten Optionen beträgt 1,37 Euro (Vj.: –)

Die nachfolgenden Tabellen enthalten die Inputparameter für die Modelle, anhand derer die Aktienoptionspläne für die Geschäftsjahre zum 31. Dezember 2013 und 31. Dezember 2012 bewertet wurden:

	2013		2012	
	Vorstände	Leitende MA	Vorstände	Leitende MA
Dividendenrendite (%)	1,5	1,5	–	–
Erwartete Volatilität (%)	38	38	–	–
Risikoloser Zinssatz (%)	0,85	0,85	–	–
Erwartete Laufzeit (Jahre)	5,5	5,5	–	–
Aktienkurs am Tag der Gewährung (EUR)	7,90	7,45	–	–
Angewandtes Modell	Black Scholes	Black Scholes		

Die erwartete Volatilität basiert auf einer Beurteilung der historischen Volatilität des Aktienkurses des Unternehmens. Die erwartete Laufzeit der Aktienoptionen basiert auf historischen Erfahrungswerten.

45 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Wir verweisen auf die im Konzernlagebericht gemachten Angaben über Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

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 Konzernlagebericht 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, den 11. März 2014



Udo Müller



Christian Schmalz

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Wir haben den von der Ströer 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 2013 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, den 18. März 2014

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Muzzu
Wirtschaftsprüfer

Zwirner
Wirtschaftsprüfer

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 Abschreibungen und Wertminderungs- aufwendungen	Umgliederung von Bereinigungs- effekten	Gewinn- und Verlustrechnung nach Management Accounting	Wertminderungen und Abschreibungen auf Werberechts- konzessionen und Publisher-Verträge
Umsatzerlöse	634,8			634,8	
Umsatzkosten	-438,6	66,4		-372,1	
Vertriebskosten	-84,7				
Verwaltungskosten	-83,6				
Gemeinkosten	-168,3	9,5	7,4	-151,4	
Sonstige betriebliche Erträge	18,7				
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-9,8				
Sonstiges operatives Ergebnis	8,9		-2,2	6,7	
Operational EBITDA				118,0	
Abschreibungen		-76,0		-76,0	27,7
EBIT				42,0	
Sondereffekte			-5,2	-5,2	
Finanzerträge	4,5				
Finanzaufwendungen	-24,2				
Finanzergebnis	-19,7			-19,7	
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-12,0			-12,0	
Periodenüberschuss/-fehlbetrag	5,1	0,0	0,0	5,1	27,7

Bewertungseffekte aus Derivaten	Währungseffekt aus innerkonzernlichen Finanzierungen	Steuer-normalisierung	Eliminierung von Son-dereffekten	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2013	Bereinigte Gewinn- und Verlustrechnung 2012
				634,8	560,6
				-372,1	-325,7
				-151,4	-134,5
				6,7	6,6
				118,0	107,0
			2,2	-46,1	-39,6
				71,9	67,4
			5,2	0,0	0,0
0,0	1,5		0,0	-18,2	-31,9
		-5,5		-17,4	-11,5
0,0	1,5	-5,5	7,4	36,3	24,0

GLOSSAR

A

Ad Impressions Ad Impressions sind der messbare Werbemittelkontakt, das heißt, die Anzahl von Aufrufen eines Werbemittels von einem Ad Server.

Ad Server steuern die Auslieferung von Online-Werbung und messen zeitgleich die Werbemittelkontakte.

Außenwerbung Werbung auf öffentlichen Straßen, Plätzen oder an Stellen mit öffentlichem Charakter (Out-of-Home), die für ein großes Publikum zugänglich sind und somit die Ansprache einer großen Öffentlichkeit ermöglichen.

B

Bahnhoftmedien Alle Medienformen in und an Bahnhöfen und direkt an den Abfahrtsgleisen, mit denen Ströer attraktive mobile Zielgruppen entlang der Mobilitätskette erreicht.

Big Data Große Datenmengen aus vielfältigen Quellen, die mit Hilfe neu entwickelter Methoden und Technologien erfasst, verteilt, gespeichert und analysiert werden können.

Billboards Produktgruppe, in der großflächige Werbeträger, überwiegend mit 9-Quadratmeter-Format und größer, 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.

BlowUP (Riesenposter) Großformatige Werbung von klassischen Plakaten bis zu digitalen Werbeflächen an Baugerüsten und Fassaden im Außenbereich, deren Größe bis zu mehreren Tausend Quadratmetern betragen kann.

Branding- und Performance-Marketing Der Aufbau und die Weiterentwicklung einer Marke wird als Branding bezeichnet. Performance-Marketing in den digitalen Medien ist ein Bestandteil des Mediamix und dient sowohl der Kundengewinnung als auch der Kundenbindung. Der Einsatz der verschiedenen Werbemedien verfolgt das Ziel, messbare Reaktionen und/oder Transaktionen mit dem Nutzer zu erzielen. Die Ansprache des Kunden beziehungsweise der Interessenten erfolgt sehr gezielt, nach Möglichkeit individuell, um die größtmögliche Interaktion mit den Nutzern zu erreichen.

C

City-Light-Poster (CLP) Plakate im 2-Quadratmeter-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 Premiumwerbeträger mit statischer bzw. Rotationstechnik für Topstandorte im Innenstadtbereich, bei dem die Plakate im 2- bzw. 4-Quadratmeter-Format hinter Glas liegen und hinterleuchtet werden.

D

Demand-Side-Plattform (DSP) Plattforoptimierung für Käufer.

Digitale Außenwerbemedien Innovative Werbeträger, die Werbebotschaften als Bewegtbild über Bildschirme vermitteln. Dazu zählen unter anderem der Out-of-Home-Channel, die Info-screens, der Ad Walk und das Fahrgastfernsehen in Verkehrsmitteln.

F

Fahrgastfernsehen Bildschirme in hoch frequentierten U-Bahn-zügen in Hamburg und Stadtbahnen in Hannover, die Werbespots in einem redaktionellen Umfeld zeigen.

Full-HD-Auflösung Der Begriff Full HD steht für „vollständig hochauflösend“ und repräsentiert eine Technik, bei der Bilder in kristallklarer Form dargestellt werden können.

H

Hyperlocality Ein Zustand, in dem Geräte und Objekte digital miteinander verlinkt sind und örtlich lokalisiert werden können.

I

Infoscreen Projektionsflächen an und in zentralen, hoch frequentierten Knotenpunkten des U- und S-Bahnnetzes (Station Infoscreen) sowie Bildschirme an ausgewählten Fernbahnhöfen und Flughäfen (Central Infoscreen).

K

Kulturmedien Werbung auf ausgewählten Werbeträgern für kulturelle, politische oder kirchliche Veranstaltungen mit ausgeprägtem regionalen Bezug, z. B. auf Litfaßsäulen und Kulturpostern.

M

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) Hinterleuchtete Vitrinen mit teilweise zweiseitiger Wechsler-technik im 9-Quadratmeter-Format, die in 2,50 Metern Höhe an reichweitenstarken Innenstadtstandorten quer zum Verkehr ausgerichtet sind. Mega-Lights werden in der Einzelbuchung als Mega-Light select oder als Verbund von Werbeflächen (Netzbuchung) im Wochenrhythmus gebucht.

Mobile Advertising Werbemaßnahmen, die auf mobilen Endgeräten (z. B. Smartphones) an bestimmte Zielgruppen kommuniziert werden können.

Multi-Screen-Angebot Werbekampagnen, die (medien)übergreifend auf unterschiedlichen Bildschirmen und Displays ausgespielt werden. Dabei kann es sich sowohl um Private Screens wie Smartphones, Tablets oder PCs handeln, sowie um Public Screens wie Mega-Lights, Out-of-Home-Channel und City-Light-Poster.

N

Near Field Communication Ein internationaler Übertragungsstandard zum kontaktlosen Austausch von Daten. Über kurze Strecken von bis zu 10 cm werden Datenübertragungen mit einer Rate von bis zu 424 kBit/s ermöglicht.

Nielsen Media Research International tätiges Medienforschungsunternehmen, das die Bruttowerbeaufkommen der werbetragenden Medien erhebt und auswertet.

O

One-Stop-Shop Das Prinzip beschreibt die Möglichkeit eines Unternehmens, Kunden sämtliche Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette anbieten zu können.

Online-Display-Vermarktung Die Vermarktung von grafischen Werbeflächen wie Buttons, Pop-ups oder Bannern auf einzelnen Webseiten.

Out-of-Home-Channel (OC) Einzigartiges Bewegtbild-Netz mit großformatigen digitalen Bildschirmen in Full-HD-Qualität mit vernetzter Schaltung in den frequenzstärksten deutschen Bahnhöfen (OC Station) und in ausgewählten Einkaufszentren (OC Mall).

P

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. Vergleichbare Messsysteme werden sukzessive in der Türkei und in Polen eingeführt.

R

Re-Targeting Ein Wiedererkennungsverfahren, mit dem durch bereits vorhandene Nutzerdaten Online-Werbung platziert wird. Anonym gespeicherte Nutzerinformationen ermöglichen es, interessengesteuerte Werbung anzuzeigen.

Real Time Bidding (RTB) Auktionsverfahren, bei dem Werbungtreibende bei der Auslieferung von Online-Werbemitteln in Echtzeit auf Werbeplätze im Internet bieten können. Der Höchstbietende erhält automatisch den Zuschlag.

Reichweite Die Reichweite gibt den Anteil der Personen an, die durch einen Werbeträger oder durch eine Werbeträgerkombination erreicht werden. Sie kann als absolute Zahl oder in Prozent zur Grundgesamtheit angegeben werden und wird meist auf eine bestimmte Zielgruppe bezogen.

S

Street Furniture Produktgruppe, in der Werbeträger mit kleineren Werbeflächen überwiegend im 2- bzw. 4-Quadratmeter-Format (z. B. City-Light-Poster, City-Light-Säulen, Litfaßsäulen) zusammengefasst sind, die zum Teil baulich in öffentliche Stadtmöbel integriert sind (z. B. Wartehallen, Toilettenanlagen).

Supply-Side-Plattform (SSP) Plattformpoptimierung für Verkäufer.

T

Targeting Das Online-Marketing versteht unter Targeting die genaue Zielgruppenansprache. Ausgehend von einer möglichst genauen Definition wird die entsprechende Werbung für die Zielgruppe angesteuert.

Transport Diese Produktgruppe umfasst die Vermarktung aller Werbeflächen an und in Vehikeln des öffentlichen Personennah- bzw. Schienenfernverkehrs sowie in Einkaufszentren. Darüber hinaus sind einzelne Bahnhofsmedien enthalten, soweit diese nicht dem Billboard- oder Street-Furniture-Bereich zuzurechnen sind (z. B. Out-of-Home-Channel).

U

Unique Users sind die einzelnen Besucher einer Webseite. Damit drückt die Kenngröße die Reichweite einer Internetseite aus.

W

Werbeträger Baulich-technische Vorrichtungen, die zum Anbringen von Werbemitteln vorgesehen sind und aufgrund spezieller Designs oder Techniken zumeist eigene Produktbezeichnungen erhalten (z. B. Mega-Lights, City-Light-Poster etc.).

IMPRESSUM

IR-Kontakt

Ströer Media AG

Dafne Sanac
Investor Relations Manager
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
Telefon: +49 (0)2236 . 96 45-356
Fax: +49 (0)2236 . 96 45-6356
E-Mail: ir@stroeer.de/dsanac@stroeer.de

Pressekontakt

Ströer Media AG

Marc Sausen
Director Corporate Communications
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
Telefon: +49 (0)2236 . 96 45-246
Fax: +49 (0)2236 . 96 45-6246
E-Mail: presse@stroeer.de/msausen@stroeer.de

Impressum

Herausgeber

Ströer Media AG
Ströer Allee 1 . 50999 Köln
Telefon: +49 (0)2236 . 96 45-0
Fax: +49 (0)2236 . 96 45-299
E-Mail: info@stroeer.de

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

Dieser Geschäftsbericht wurde am 28. März 2014 veröffentlicht.
Er liegt in deutscher und englischer Sprache vor.
Bei Unterschieden ist die deutsche Fassung verbindlich.

Bildnachweis

S. 7, © [iStockphoto.com/mbortolino](https://www.iStockphoto.com/mbortolino),
© [iStockphoto.com/alexsl](https://www.iStockphoto.com/alexsl)
S. 11, Anne Weise, www.anne-weise.de

Alle übrigen Fotos: Ströer Media AG

Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen mit damit verbundenen Risiken und Unwägbarkeiten. Die tatsächliche Geschäftsentwicklung und die Ergebnisse der Ströer 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 Media AG dar. Dieser Geschäftsbericht verpflichtet nicht zu einer Aktualisierung der darin enthaltenen Aussagen.

FINANZKALENDER

14.5.2014	Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht Q1 2014
18.6.2014	Hauptversammlung, Köln
20.8.2014	Veröffentlichung Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2014
18.11.2014	Veröffentlichung Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2014

STICHWORTVERZEICHNIS

A

adscale	18 , 24f., 47f.
Aktie	50ff. , 127ff.
Aktienkurs	50
Aktionärsstruktur.....	52
Aufsichtsrat	11ff. , 20
Ausblick.....	65ff.
Ausschüsse	13

B

Bestätigungsvermerk	155
Bezugsrecht.....	127ff.
Bilanz.....	42, 78ff.
Bilanzsumme	42ff.
Business Advertising GmbH	18 , 101

C

Cash-Flow	26, 39ff. , 48f., 80f.
Corporate Governance Kodex.....	150

D

Derivative Finanzinstrumente	41 , 89, 133f., 140, 147
Devisenkurse	29 , 108

E

EBITDA	26, 30ff. , 119f., 136ff., 146
EBITDA-Marge.....	31 , 35f., 69ff.
EBIT	31 , 95, 156
Eigenkapital.....	79ff., 82f. , 127ff.
Eigenkapitalquote.....	30, 38ff. , 49
Entsprechenserklärung	150
Ergebnis	30ff., 33ff. , 44f., 112ff.
Ergebnis je Aktie.....	115f.
Ertragslage	31ff.

F

Finanzergebnis.....	31 , 34, 112, 156
Finanzierungsstrategie	38
Finanzkalender	161
Finanzlage	39 , 46
FreeXmedia GmbH	12, 101

G

Gesamtwirtschaft.....	27ff. , 66
Geschäftsfelder	136
Geschäftstätigkeit.....	34ff.
Geschäftsverlauf.....	30f.
Gewinn- und Verlustrechnung.....	31, 76 , 110ff., 156

H

Hauptversammlung	12ff. , 51, 161
------------------------	------------------------

I

Internet	18 , 28f., 67
Investitionen	40ff. , 71
Investor Relations.....	50 , 62

J

Jahresüberschuss	30
------------------------	-----------

K

Kapitalerhöhung.....	4, 102f., 127ff.
Kapitalflussrechnung	80ff. , 136
Kennzahlen.....	2 , 56
Konzernergebnis.....	30ff. , 76f., 138
Konzernstruktur.....	19

L

Lagebericht	15ff.
Liquidität	40 , 48, 143

M

Marktkapitalisierung.....	51
Marktposition	43 , 71
Mission Statement.....	1
Mitarbeiter	54

N

Nachtragsbericht	72f.
Nettoverschuldung	26ff. , 31, 41

O

Online-Aktivitäten	65, 68f.
Online-Display-Werbung.....	24
Online-Vermarktung	19ff.
Online-Werbevermarkter	62
Operatives Ergebnis	156
Optionsprogramm	51, 57, 150ff.
Organisationsstruktur	16 , 64

P

Pensionsrückstellungen.....	74 , 130
Personalaufwand.....	44f. , 110f., 116
Prognosebericht	65ff.

R

Risiken	59ff. , 140
Risikobericht	59ff.
Risikomanagement	59ff.
Rückstellungen	42, 46, 48, 91ff., 130

S

Segmente	16f. , 30ff., 136
Segmentbericht	110, 130, 136
Steuern.....	44ff., 90 , 113ff.
Ströer Interactive GmbH	12 , 101

U

Umsatzerlöse.....	26, 31ff. , 85f., 110, 136, 156
Unternehmensführung	20, 22 , 59
Unternehmenssteuerung	26
Unternehmensstrategie	22ff. , 59ff.

V

Vergütungsbericht	56f.
Vermögenslage.....	38ff.
Vertriebskosten.....	31, 33, 76, 110 , 156
Verwaltungskosten ...	31, 34, 76, 111 , 156
Vorstand.....	8ff. , 148, 150f.

W

Weiterbildung.....	63
Wertorientierte Steuerung	26
Wertorientierte Strategie	22
Wertschöpfungskette	18 , 25

Z

Ziele	38
-------------	-----------