



STRÖER

DSW ANLEGERFORUM

30. September 2013 | **Ströer Media AG**

Disclaimer

Diese Präsentation enthält „zukunftsgerichtete Aussagen“ bezüglich der Ströer Media AG („Ströer“) oder der Ströer Gruppe, einschließlich Beurteilungen, Schätzungen und Prognosen im Hinblick auf die Finanzlage, die Geschäftsstrategie, die Pläne und Ziele des Managements und die künftigen Geschäftstätigkeiten von Ströer bzw. der Ströer Gruppe. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis von Ströer bzw. der Ströer Gruppe wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. Diese zukunftsgerichteten Aussagen werden zum Datum der Präsentation gemacht und basieren auf zahlreichen Annahmen, die sich auch als unzutreffend erweisen können. Ströer gibt keine Zusicherung ab und übernimmt keine Haftung im Hinblick auf die sachgerechte Darstellung, Vollständigkeit, Korrektheit, Angemessenheit oder Genauigkeit der hierin enthaltenen Informationen und Beurteilungen. Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen können ohne jedwede Benachrichtigung geändert werden. Sie können unvollständig oder verkürzt sein und enthalten möglicherweise nicht alle wesentlichen Informationen in Bezug auf Ströer oder die Ströer Gruppe. Ströer übernimmt keinerlei Verpflichtungen, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen öffentlich zu aktualisieren oder anzupassen, weder aufgrund von neuen Informationen, zukünftigen Ereignissen oder aus anderen Gründen.



Unser Produktportfolio hat sich gewandelt



Neue Wachstumsfelder

Multi-Screen

Online

Mobile Angebote

Schritte in den Onlineeinstieg



**Ströer
beschließt
Onlineeinstieg**

Dez. 2012

**Genehmigung
durch das
Kartellamt**

Feb. 2013

**Außerordentliche
Hauptversammlung**

Mrz. 2013

Closing adscale

Apr. 2013

**Closing Ströer
Digital Group**

Jun. 2013

Wir gestalten eine neue Medialandschaft



Der führende Anbieter für OOH- und Online-Werbung

#1

OOH Deutschland

Europas größter Werbemarkt

#1

OOH Türkei

Europas größter Schwellenmarkt

#1

OOH Polen

Größter osteuropäischer Markt

#1

Riesenposternetzwerk Europa

Deutschland, Großbritannien, Spanien, Benelux

#1

Führender unabhängiger Onlinevermarkter

Hochmodernes diversifiziertes Produktportfolio Billboards



Großflächen (statisch)



Mega-Light

Billboards

**Umsatz 2012:
~ € 287 Mio.**

51 % Umsatzanteil

- Größe: >9m²
- an Hauptverkehrsadern
- in Innenstädten
- Fokus auf Premiumprodukte



Großflächen (wechselnd)



Riesenposter (blowUp)

Hochmodernes diversifiziertes Produktportfolio Stadtmöblierung



City-Light-Poster (CLP)



City-Light-Säule

Stadtmöblierung

Umsatz 2012:
~ € 147 Mio.

26 % Umsatzanteil

- Größe: ~ 2m² - 4m²
- in Stadtzentren
- teilweise integriert (z.B. in Wartehallen)



CLP in Wartehalle



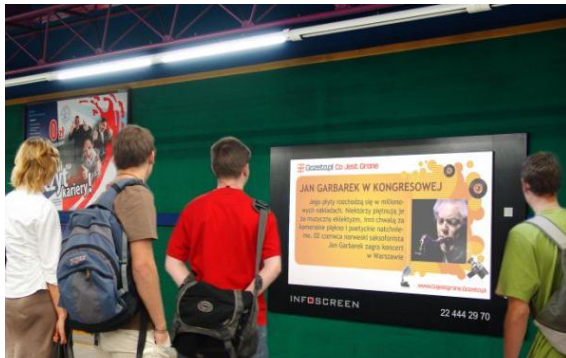
Ganzsäule

Hochmodernes diversifiziertes Produktportfolio

Verkehrsmedien



Bahnstationsmedien



Infoscreen

Verkehrsmedien

**Umsatz 2012:
~ € 92 Mio.**

16 % Umsatzanteil

- auf/in öffentl. Verkehrsmitteln
- in (U-)Bahnhöfen
- in Einkaufszentren
- klassische OOH-Medien
- digitale OOH-Medien



Transportmittel (Zug/Bus)



Out-of-Home-Channel

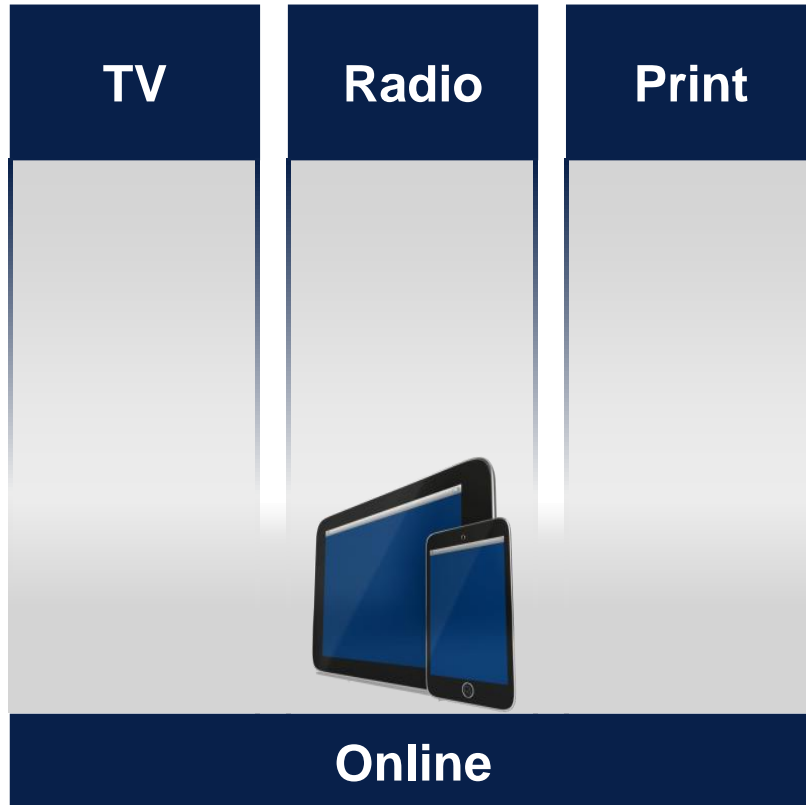


Installation des 1.500sten OC Mall in Frankfurt

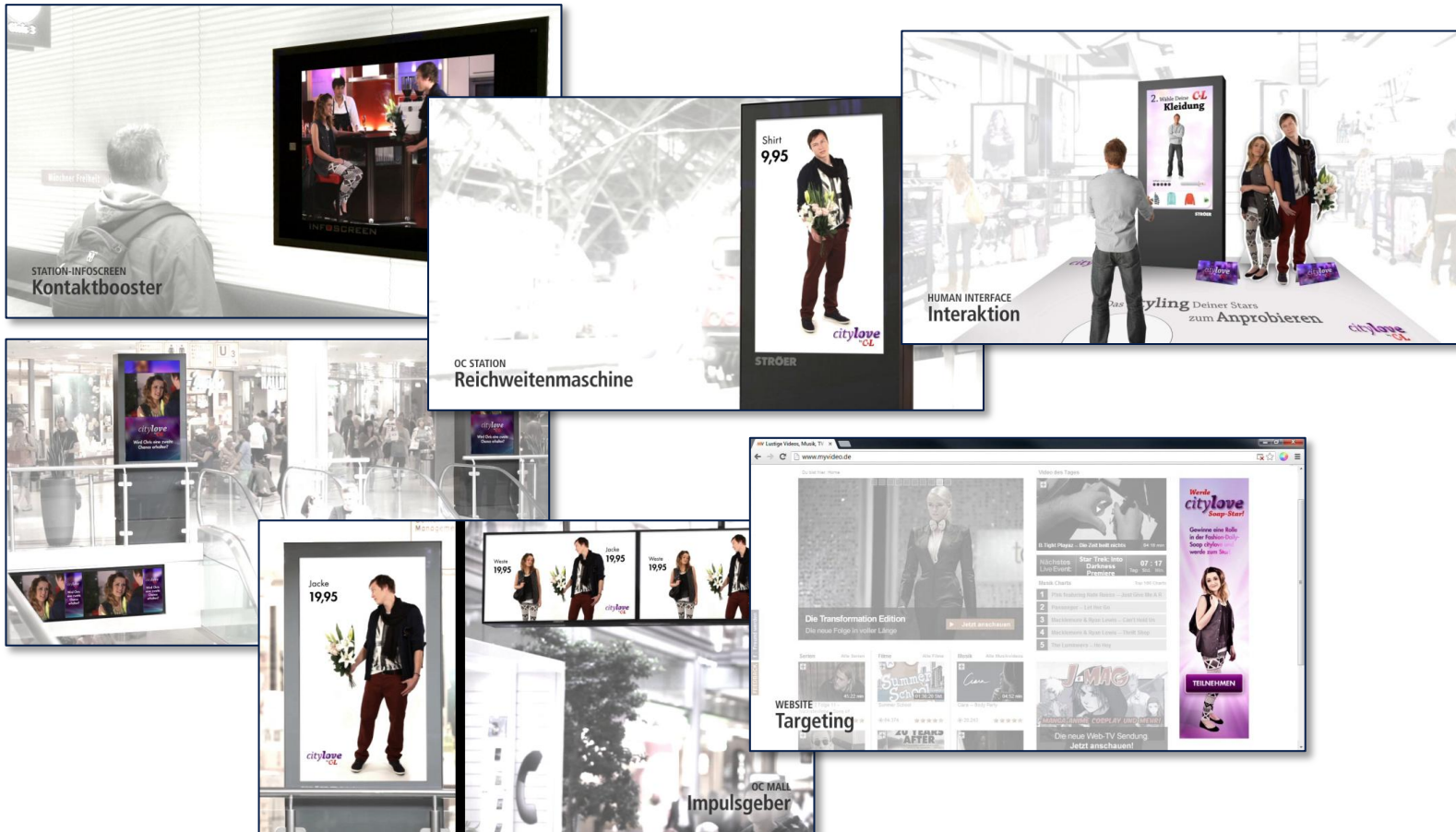
- Centerportfolio im August um eine weitere deutsche Großstadt ergänzt
- bundesweit 61 hochwertige Shopping-Centern in ca. 40 deutschen Großstädten ausgestattet
- 10 Millionen Center-Besucher pro Woche
- Punktgenaues Touchpoint-Management
- OC Mall verlängert Kampagnen bis zum Point of Interest, an dem über 70%* der Kaufentscheidungen getroffen werden
- Digitale Außenwerbung als Einstiegspunkt in die Customer Journey, verlängert effizient Bewegtbild aus TV oder nach Online

* vgl. GfK, Studie Store Effects

Medienkanäle verschmelzen



Attraktives Wachstumspotenzial mit Multi-Screen Produkten



Neue Multi-Screen Produkte

OOH
Bewegtbild

Schneller
Reichweitenaufbau durch
nationales DOOH-Netzwerk

Online
Bewegtbild

Großes
Targetingpotential und
Rückkanal

Lösung
Multi-Screen Video Broadcasting

Die Innovation



Multi-Screen Approach



- sechstelliges Budget
- schneller Aufbau von Reichweite
- feste Anzahl an „ad impressions“



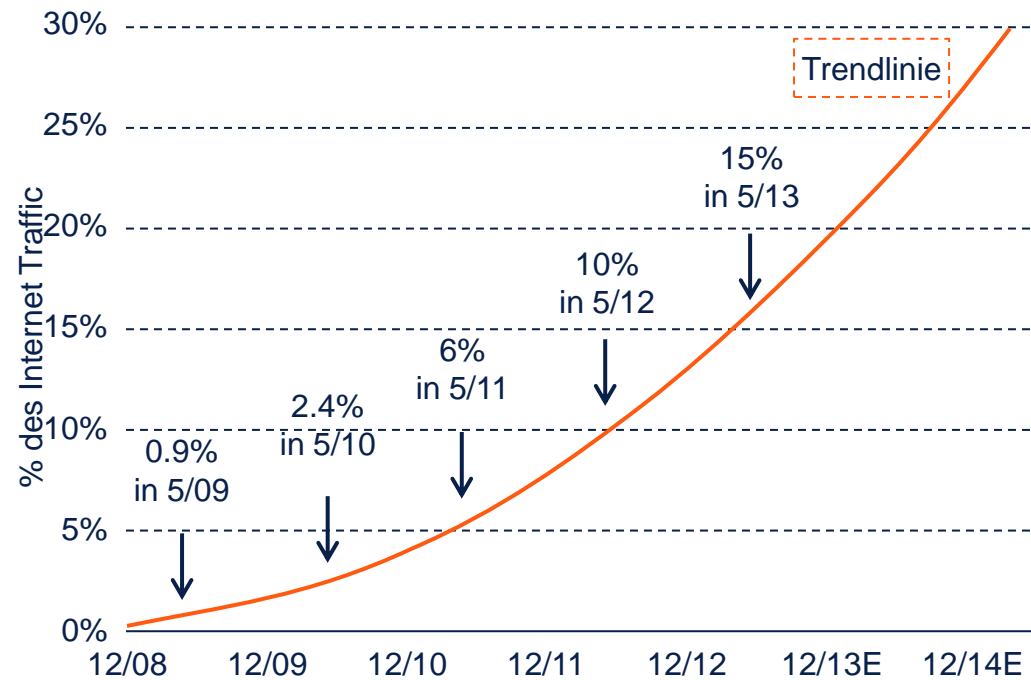
Ziel:

Vollautomatisierung von Online Bewegtbild und Digital OOH in Echtzeit für 2014

Mobile Media Angebote

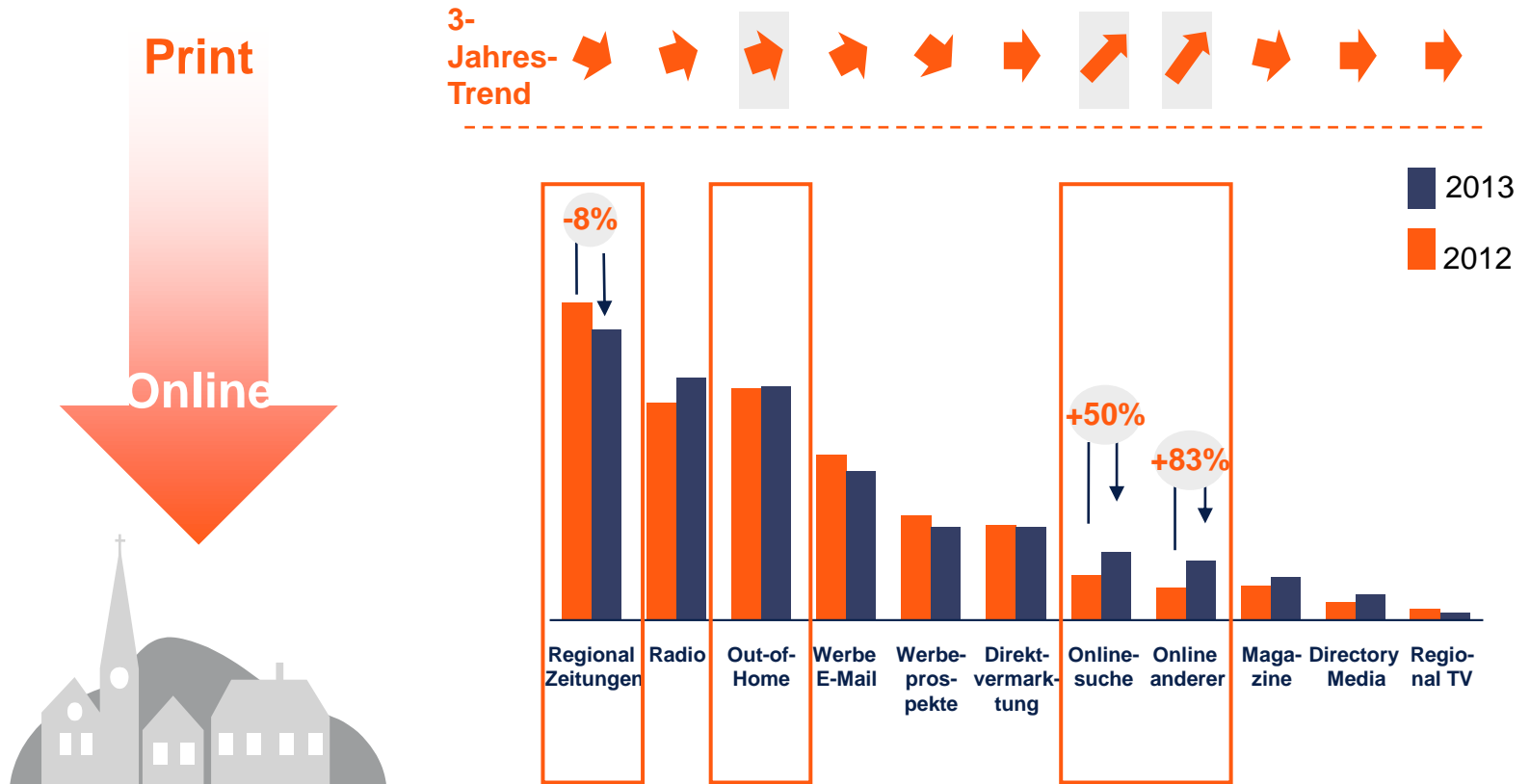


Anteil des global mobilen Traffics vom gesamten Internet-Traffic (2008 – 2014)



Quelle: KPCB Internet Trends 2013

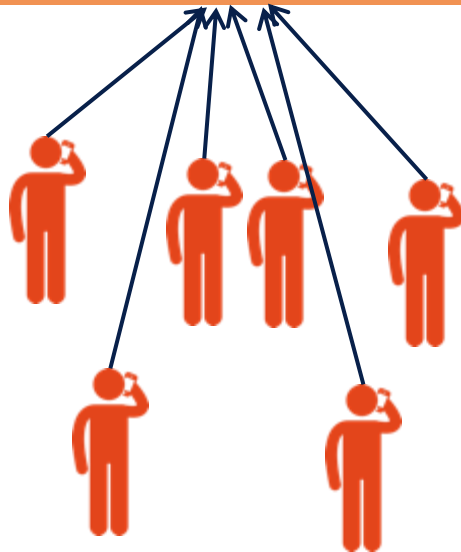
Verschiebung des Werbebudgets im regionalen, deutschen Werbemarkt



Quelle: Schickler et al , June 2013-Regionale Werbemärkte - Quo vadis

Ströer Mobile Media: Beispiel Deutsche Telekom Kampagne

Identifizierung von mobilen Nutzern



Verteilung von hyperlokalen „Bannern“

Replace your old iPhone!
In your T-Mobile Shop - just 2,5 km away!

2,5km

Point of Sale & Billboard

Unterstützung durch Billboard Kampagnen



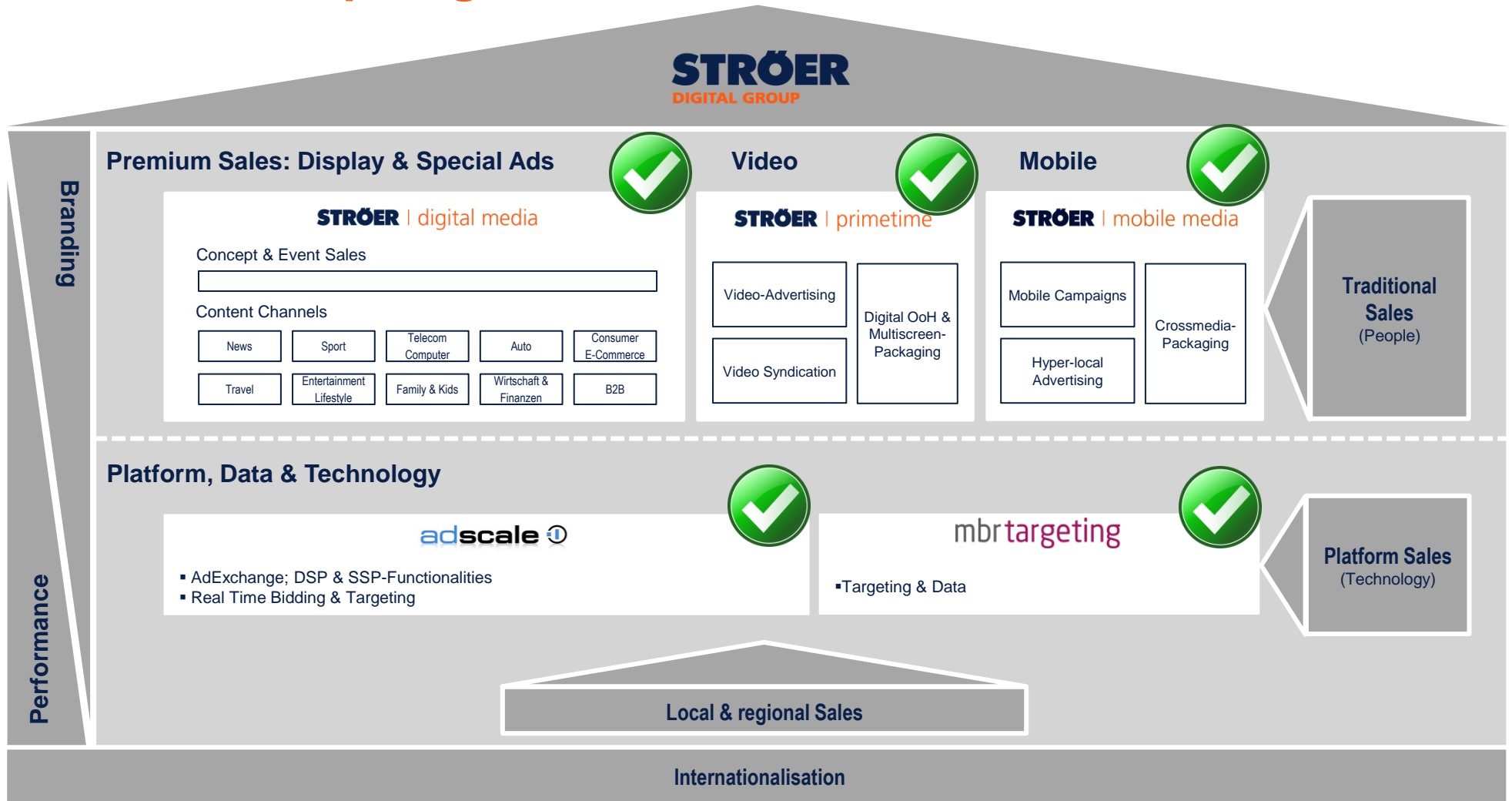
Echtzeit-Werbung speziell auf lokale Werbekunden ausgerichtet

Internationalisierung der Onlinestrategie



- Führendes Vermarktungsnetzwerk für Onlinewerbung
- Aktiv in attraktiven Wachstumsmärkten Osteuropas und der Türkei
- Eigene Technologie:
 - z.B. iBillboard RTB, Vidyoda, Adserver
- Breites, diversifiziertes Produktangebot:
 - Ad Exchange
 - Display und Video Werbung
 - Performance Marketing

Ströer Digital Group: Der Weg der digitalen Wertschöpfungskette



Ströer 3.0

STRÖER 3.0

1 Höhere Marktrelevanz



2 Zugang zu neuen Kunden



3 Große Kundenbasis



4 Lokale Online-Angebote



5 Media für Publisher



6 Verbessertes Investitionsprofil



Umsatzwachstum durch OOH und Online

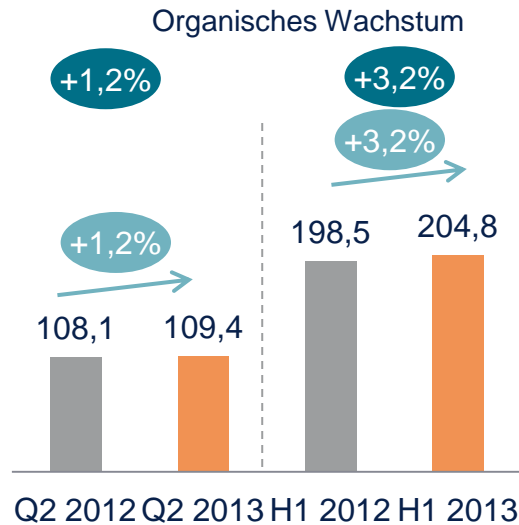
€ MM	H1 2013	H1 2012	Veränderung
Umsatz	289,0	267,4	+8,1%
Organisches Wachstum ⁽¹⁾	5,0%	-4,9%	
Operational EBITDA	47,4	40,8	+16,2%
Marge %	16,4%	15,3%	
Bereinigtes Ergebnis ⁽²⁾	9,8	2,9	>+100%
Investitionen ⁽³⁾	16,2	20,5	-20,7%
Free Cash-Flow ⁽⁴⁾	-1,0	-12,1	+91,6%
Nettoverschuldung ⁽⁵⁾	321,4	314,0	+2,3%
Leverage Ratio	2,8x	2,8x	+0,8%

Notes: (1) Organic growth = excluding exchange rate effects and effects from the (de)consolidation and discontinuation of operations; (2) Operational EBIT net of the financial result adjusted for exceptional items, amortization of acquired intangible advertising concessions and the normalized tax expense (32.5% tax rate); (3) Cash paid for investments in PPE and intangible assets; (4) Free cash flow = cash flows from operating activities less cash flows from investing activities; (5) Net debt = financial liabilities less cash (excl. hedge liabilities)

Ströer Deutschland: Umsatzanstieg durch erhöhte Nachfrage nach Digitalprodukten

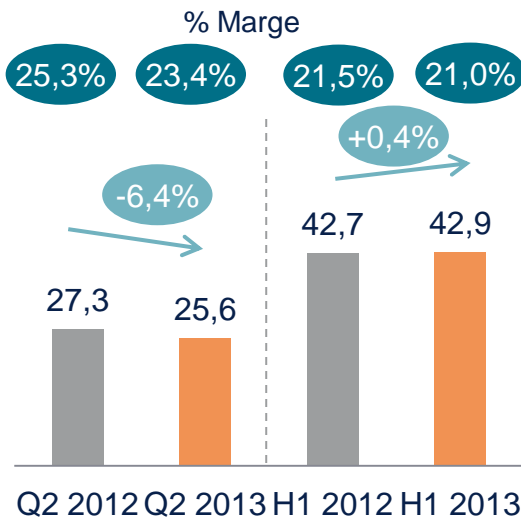
UMSATZ

€ MM



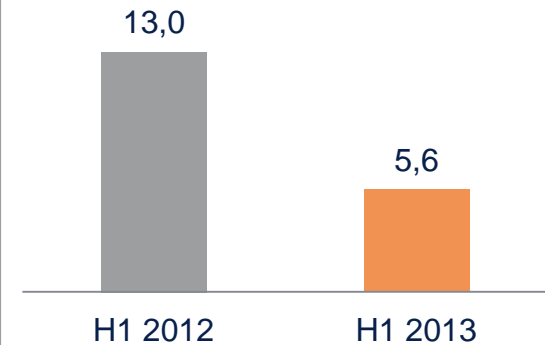
OPERATIONAL EBITDA

€ MM



INVESTITIONEN*

€ MM



- Umsatz mit Digitalprodukten hat sich von 7% in H1/2012 auf 10% in H1/2013 erhöht
- Moderate Investitionen

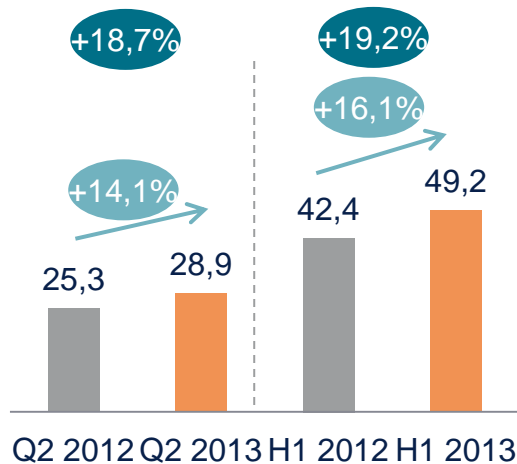
* Cash paid for investments in PPE and intangible assets

Ströer Türkei: Neue Produkte unterstützen Umsatzwachstum

UMSATZ

€ MM

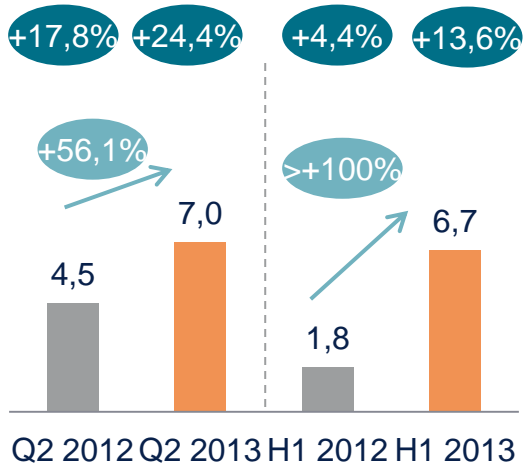
Organisches Wachstum



OPERATIONAL EBITDA

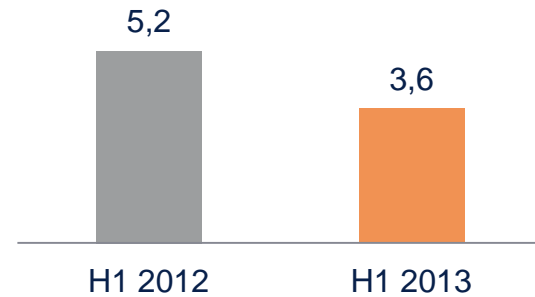
€ MM

% Marge



INVESTITIONEN*

€ MM



- Umsatzwachstum auf regionaler und nationaler Ebene
- Deutlicher Umsatzanstieg in Istanbul durch unsere "Giant Board Formats"
- Negativer Einfluss durch Wechselkursschwankungen

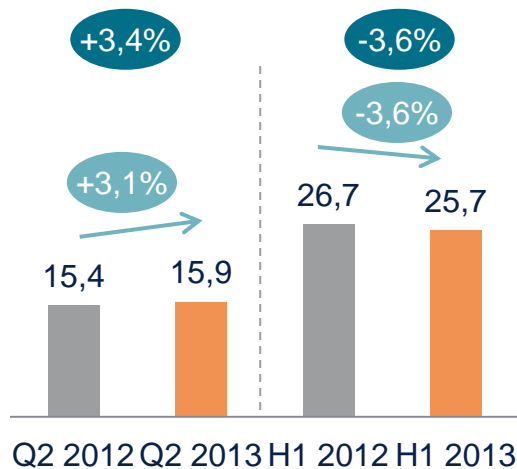
* Cash paid for investments in PPE and intangible assets

Sonstige*: Starker EBITDA Beitrag von blowUP

UMSATZ

€ MM

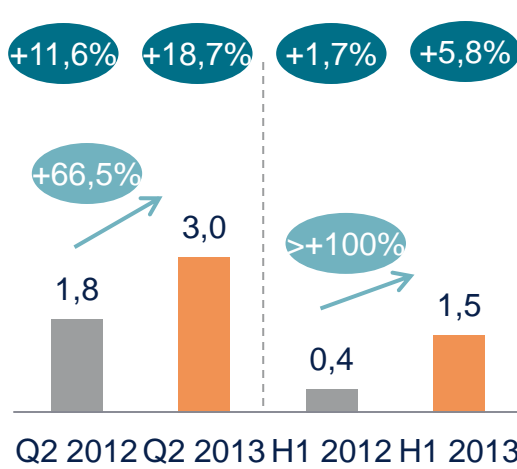
Organisches Wachstum



OPERATIONAL EBITDA

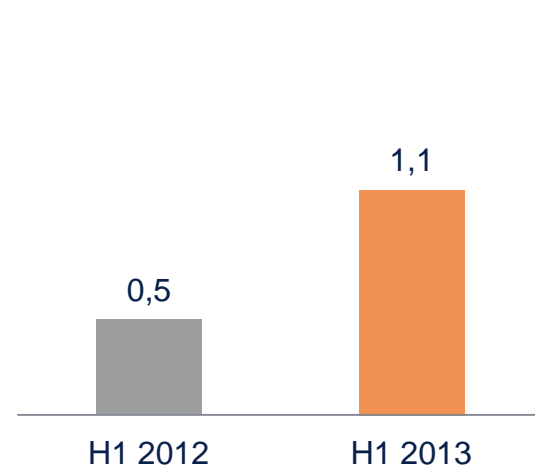
€ MM

% Marge



INVESTITIONEN*

€ MM



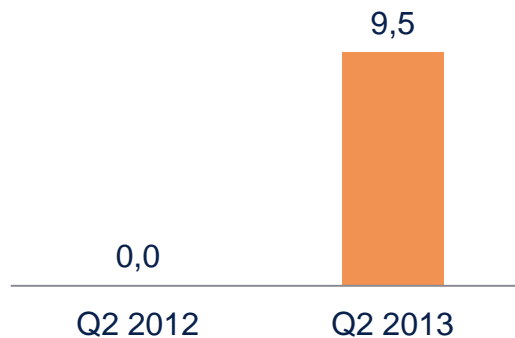
- Ströer Polen wird durch schlechte Marktbedingungen beeinflusst
- blowUP unterstützt die positive EBITDA Entwicklung
- Sichtbar positive Effekte des Kosteneinsparungsprogramms in Polen

* BlowUPMedia Group and Ströer Poland

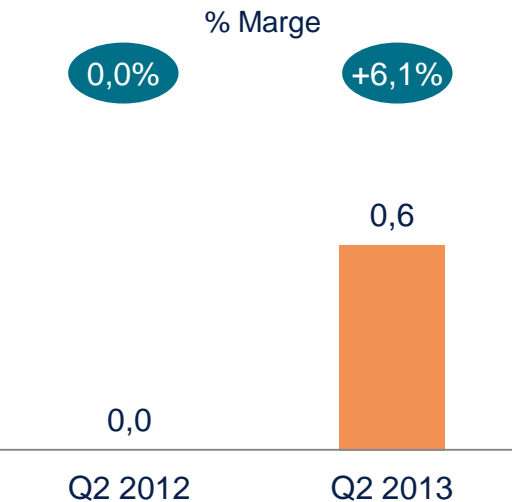
** Cash paid for investments in PPE and intangible assets

Ströer Online: Neues Berichtssegment mit ersten Beiträgen in Q2

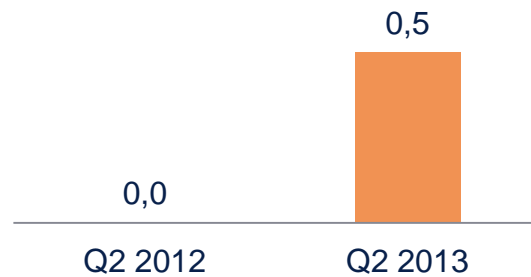
UMSATZ € MM



OPERATIONAL EBITDA € MM



INVESTITIONEN* € MM



- Beinhaltet proportionale Umsatz-und Ergebnisbeiträge von adscale, Ströer Digital Group, sowie der standortbezogenen Werbung ('Radcarpet')
- Post-merger Integration verläuft nach Plan

*Cash paid for investments in PPE and intangible assets

Für das dritte Quartal rechnen wir mit einer Fortsetzung der Entwicklung des zweiten Quartals, jedoch erwarten wir durch den verhaltenen Sommer in unseren Kernmärkten, im Vergleich zum Vorjahr insgesamt ein nur leicht organisches Wachstum in der Größenordnung von 1 %



Kontakt

Ströer Media AG
Ströer Allee 1
50999 Köln

Dafne Sanac

Manager Investor Relations
Tel. 02236 / 96 45 - 356
Fax 02236 / 96 45 - 6356

dsanac@stroer.de

www.stroer.de