



## Hauptversammlung 2012

Ströer Out-of-Home Media AG

21. Juni 2012

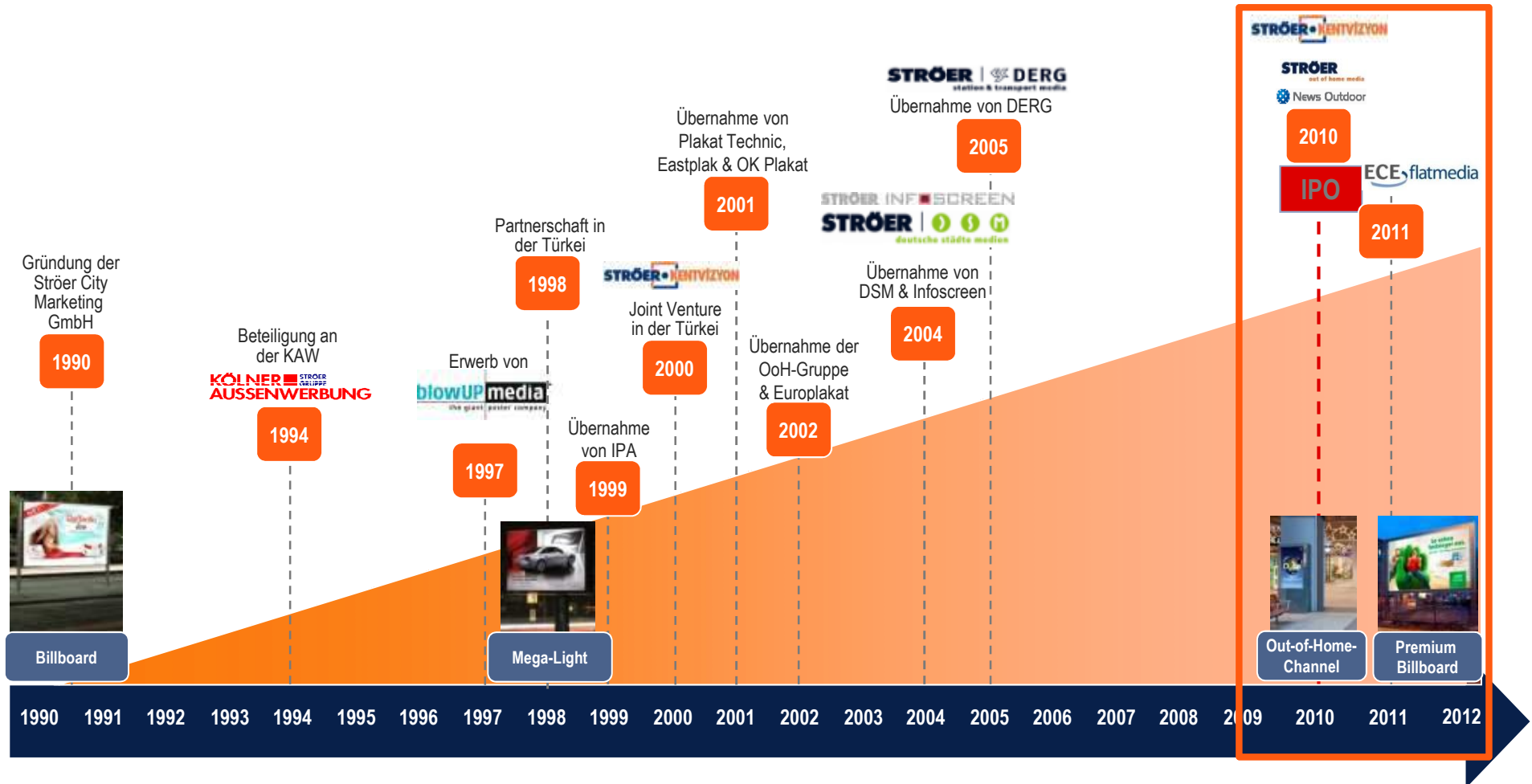




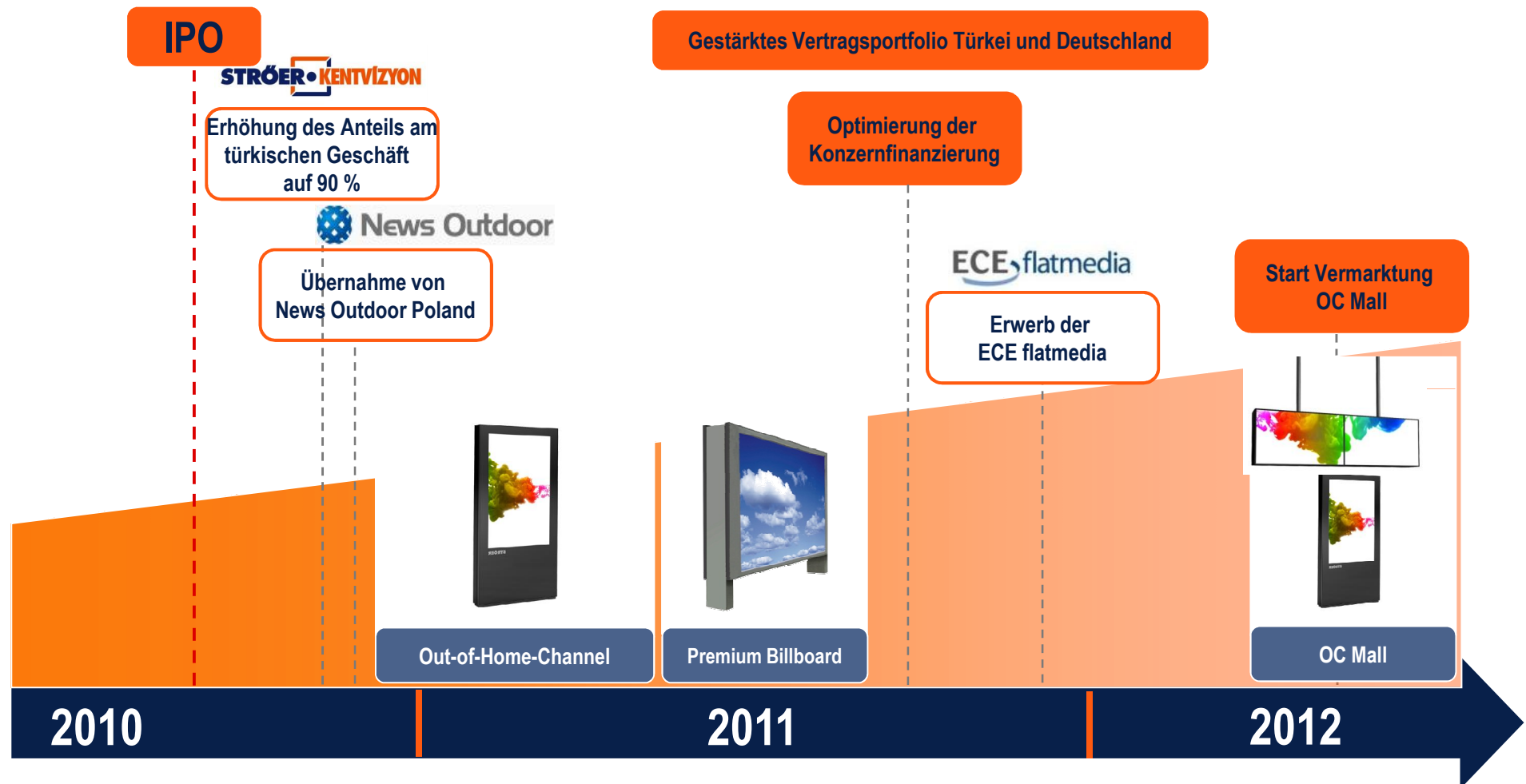
Aktuelle Situation



# 20 Jahre Wachstumsstory Ströer



# Unternehmensentwicklung 2010 bis 2012

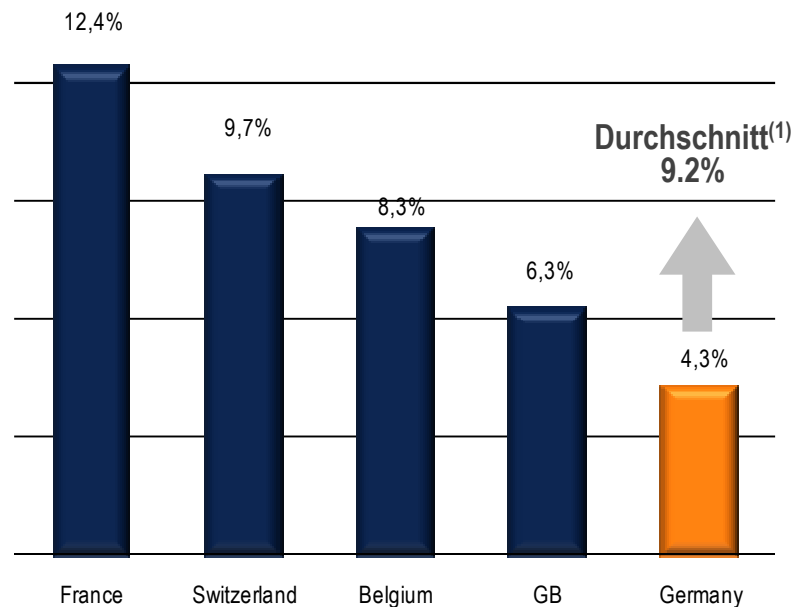




# Strukturelles Wachstumspotenzial

## Erwartete Konsolidierungsdividende in Deutschland

OoH Marktanteil 2011 (%)



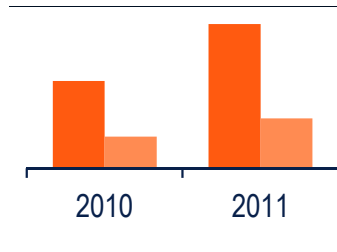
- > Christian Schmalzl, Global Investment Officer MediaCom Global\*: *„Wir rechnen langfristig mit einem Werbemarktwachstum von rund 2-2,5%.“*
- > Jochen Lenhard, Geschäftsführender Gesellschafter Mediaplus\*: *„Entgegen den anderen ehemals analogen „klassischen Medien“ hat Out-of-Home gute Chancen, durch digitale Inhalte und Anwendungen nicht nur Nachfrage innerhalb der Gattung zu substituieren, sondern zusätzliche Nachfrage und somit Wachstum zu generieren.“*

Quelle: ZenithOptimedia, März 2012 (basierend auf Netto-Werbeumsätze); Nielsen Media Research,

Anmerkungen: (1) Frankreich, Schweiz, Belgien, und Großbritannien: nach Umsätzen gewichteter durchschnittlicher OOH Marktanteil 2011

\* Die Zitate stammen von Führungskräften und Top Managern von national und international führenden Mediaagenturen und Beratungsunternehmen und sind daher von dritten Parteien, die unabhängig von Ströer sind. Diese Zitate geben nicht unbedingt die Meinung von Ströer wider. Ströer hat weder den Inhalt beauftragt, noch ist Ströer verantwortlich oder haftbar für den Inhalt oder die Sorgfalt.

# Ströer Highlights 2011



Verbesserte  
**Ertrags- & Finanzlage**

**Innovationen**  
in Vertrieb und Marketing



Gestärktes  
**Vertragsportfolio**

**Neue** Methoden für  
**Wirkungsnachweise**







# Finanzkennzahlen 2011 und 1. Quartal 2012

## Finanzkennzahlen 2011

€ Mio.

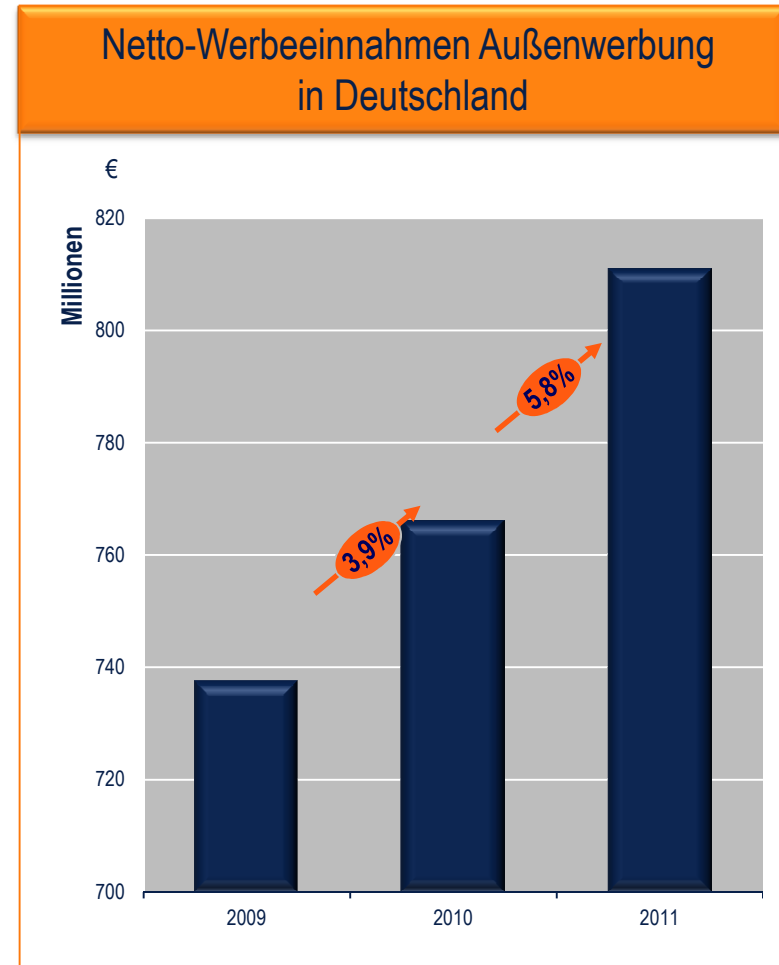
	GJ 2011	GJ 2010	Veränderung
<b>Umsatz</b>	577,1	531,3	8,6%
<b>Organisches Wachstum <sup>(1)</sup></b>	4,8%	7,5%	
<b>Operational EBITDA</b>	132,3	127,3	3,9%
<b>Bereinigter Perioden Überschuss <sup>(2)</sup></b>	40,3	33,2	21,4%
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>(3)</sup></b>	-3,6	58,1	n.d.
<b>Investitionen <sup>(4)</sup></b>	52,0	28,5	82,6%
<b>Free Cash-Flow <sup>(5)</sup></b>	38,0	-68,2	n.d.
	31.12.2011	31.12.2010	Veränderung
<b>Nettoverschuldung <sup>(6)</sup></b>	304,3	320,1	-4,9%
<b>Verschuldungskoeffizient</b>	2,3x	2,5x	-7,6%

Anmerkungen: (1) Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen, (2) Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand, (3) Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten, (4) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen, ohne Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierten Unternehmen, (5) Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit, (6) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivate Finanzinstrumente und liquide Mittel



## Ströers Outperformance

- > Außenwerbemarkt wächst um 5,8 Prozent und gewinnt Marktanteile
- > Ströer profitiert und liegt mit einem organischen Umsatzwachstum von 6,2 Prozent über dem Marktwachstum
- > Digitalisierung trägt positiv zum Marktanteilsgewinn bei



## Finanzkennzahlen Q1 2012

€ Mio.

	Q1 2012	Q1 2011	Veränderung
<b>Umsatz</b>	118,6	122,9	-3,5%
<b>Organisches Wachstum <sup>(1)</sup></b>	-2,9%	9,7%	
<b>Operational EBITDA</b>	9,3	16,2	-42,6%
<b>Bereinigter Perioden Überschuss <sup>(2)</sup></b>	-6,2	-1,2	<-100%
<b>Periodenüberschuss/-fehlbetrag <sup>(3)</sup></b>	-6,2	-6,7	<-100%
<b>Investitionen <sup>(4)</sup></b>	8,0	12,0	-33,2%
<b>Free Cash-Flow <sup>(5)</sup></b>	-23,9	-22,0	-8,5%
	31.03.2012	31.03.2011	Veränderung
<b>Nettoverschuldung <sup>(6)</sup></b>	332,3	347,8	-4,5%
<b>Verschuldungskoeffizient</b>	2,7x	2,7x	-3,3%

Anmerkungen: (1) Ohne Währungskurseffekte und Effekte aus (Ent-)Konsolidierung und Beendigung von Geschäftsbereichen, (2) Bereinigtes EBIT vor Minderheiten abzüglich um Sondereffekte bereinigtes Finanzergebnis und normalisierter Steueraufwand, (3) Periodenüberschuss/-fehlbetrag vor Minderheiten, (4) Beinhaltet Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen und Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen, ohne Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen und Auszahlungen aus dem Kauf von konsolidierte Unternehmen, (5) Cash-Flow aus laufender Geschäftstätigkeit abzüglich Cash-Flow aus Investitionstätigkeit, (6) Finanzverbindlichkeiten abzüglich derivate Finanzinstrumente und liquide Mittel





## Langfristiger Wachstumszyklus

# Zukunft der Außenwerbung



Premium Billboard



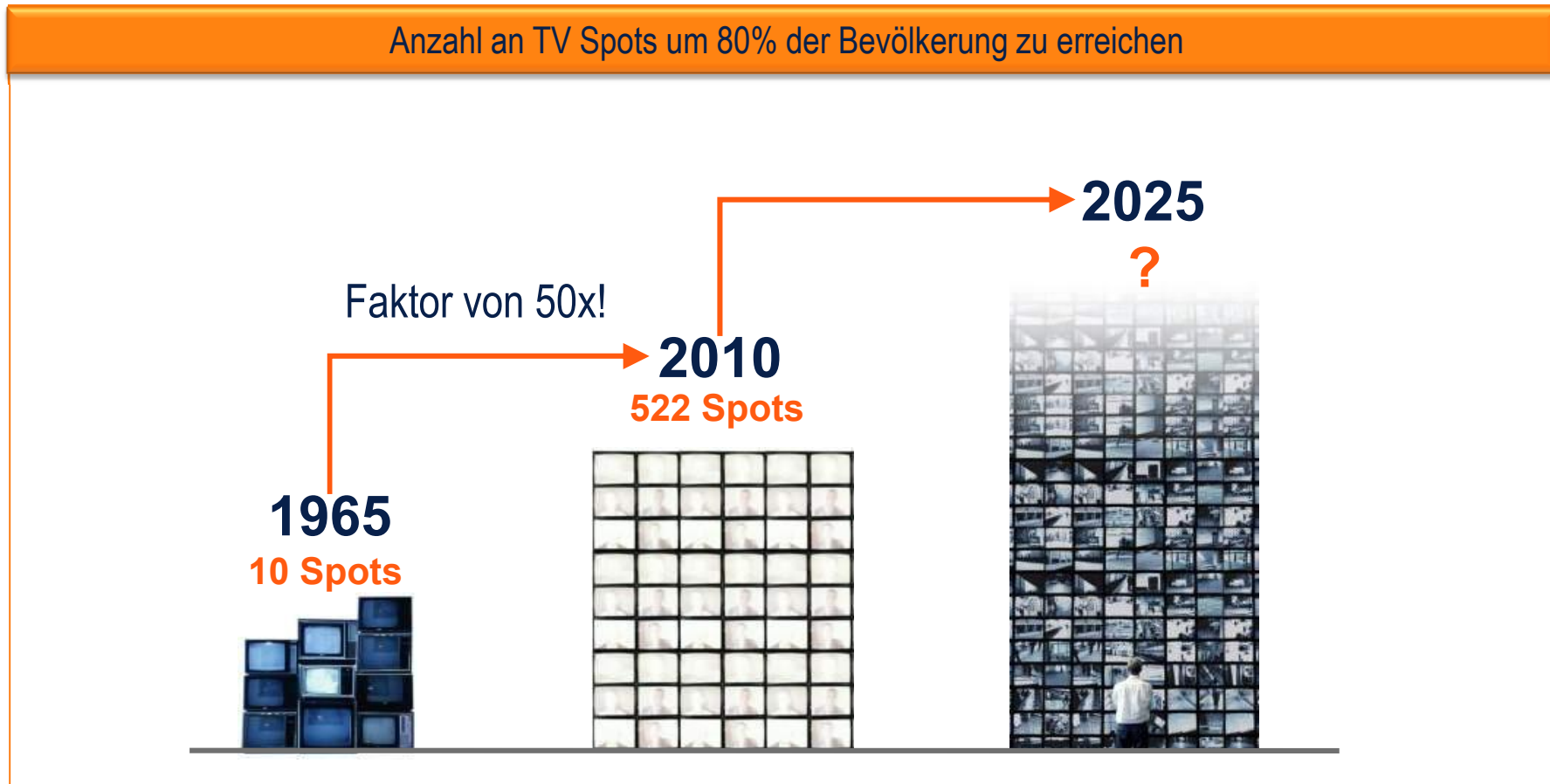
Out-of-Home-Channel



Kapazitätserweiterung Türkei




# Wandel durch Digitalisierung



> Fragmentierung im Fernsehen: Einzelne Spots verlieren ihre Wirkung


# Reichweitenstarkes Digitalnetz

Straße




National    Regional







**Vertrieb**


Öffentliche Gebäude





National    Regional

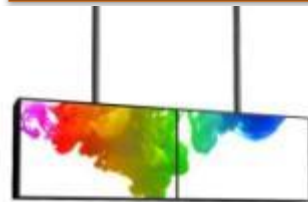


**Vertrieb**




National    Regional


**Vertrieb**


## Einkaufszentren



- Shopping Screens
- Out-of-Home-Channel, OC Mall



## Bahnhöfe



- Out-of-Home-Channel, OC Station
- Central-Infoscreens

## U-/S-Bahnstationen



- Station-Infoscreens

## Flughäfen



## Out-of-Home-Channel: Relevanz im Media-Mix

---

- > Investition eines zweistelligen Millionenbetrages
- > Erstes landesweites Bewegtbild-Netz in Deutschland
- > Vollvermarktung ab April 2011
- > Kundenakzeptanz: Mehr als 10 Mio € Nettoumsatz



**FERRERO**



**P&G**



**lenovo**



**vodafone**





## Dominante Größe digitaler Flächen







## Aktuelle Beispiele

# Digitale Stadt Hamburg



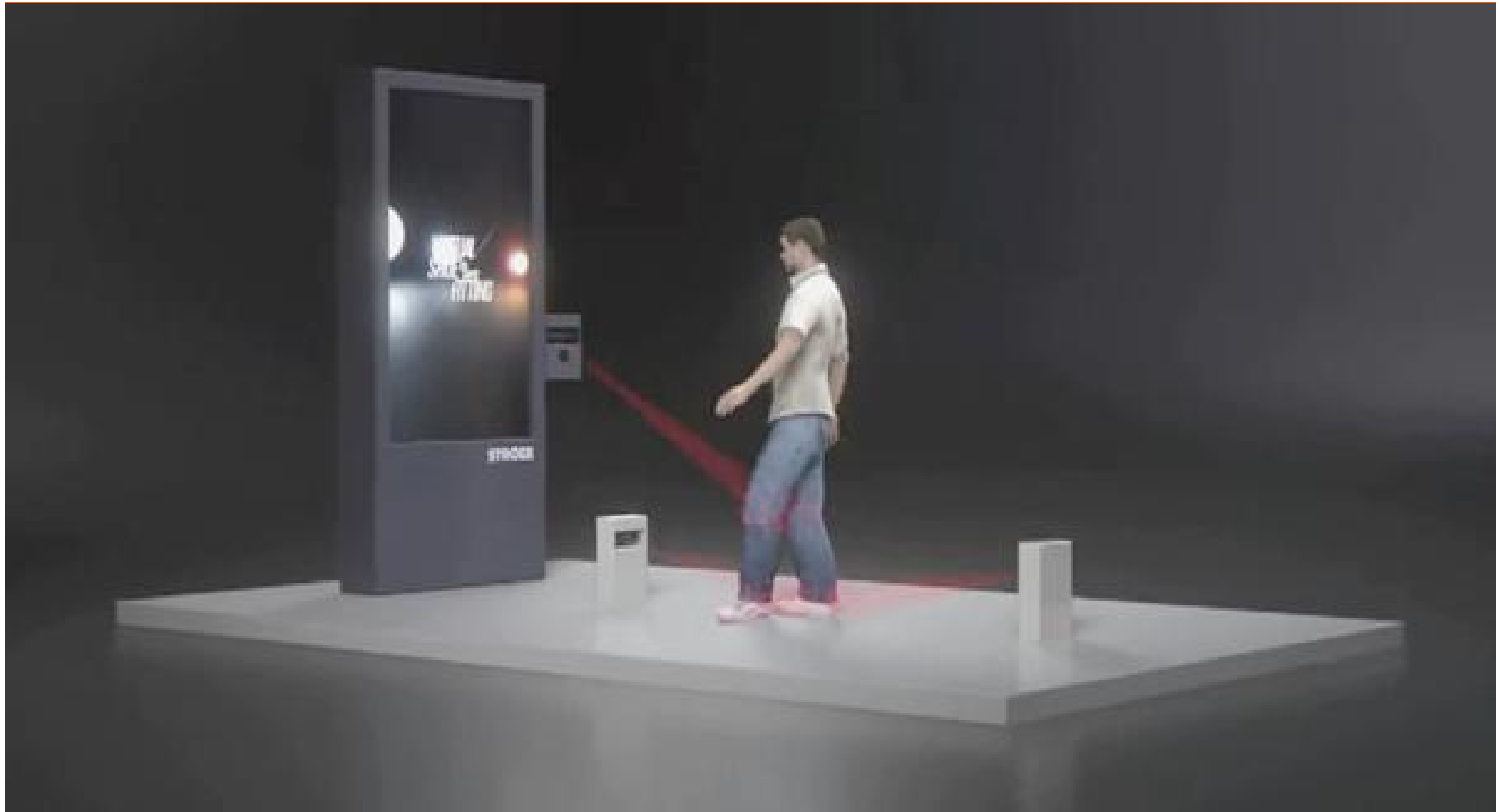


# Interaktive Werbung





## Interaktives Shopperlebnis







Außenwerbung wirkt

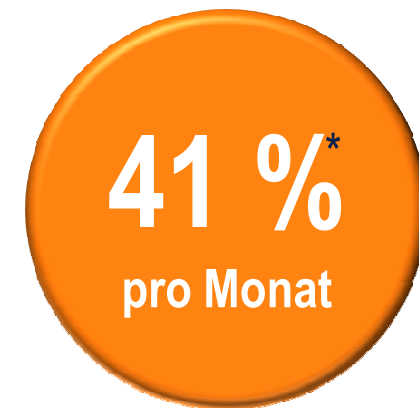


## Starke Leistung

---

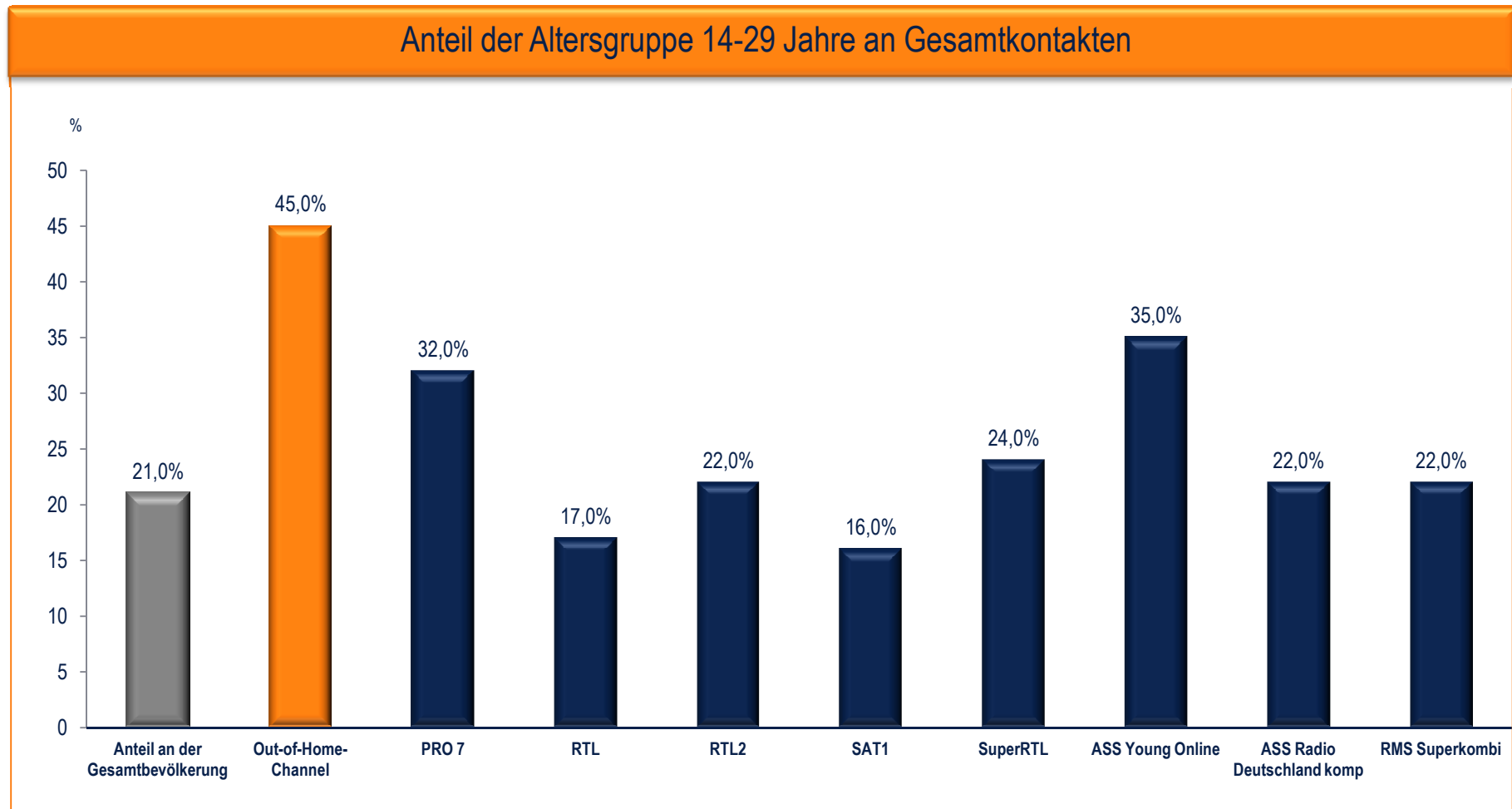


**Reichweite**



**Reichweite**

# Junges Werbeumfeld





## Erforschung der Wirkung





**STROEER**

Fokussierung

out of home media

## Vorstand der Ströer Out-of-Home Media AG

---



**Udo Müller**

Mitgründer und Vorstandsvorsitzender



**Alfried Bührdel**

Finanzvorstand und Stv. Vorstandsvorsitzender



**Dirk Wiedenmann**

Vorstandsmitglied und Vorsitzender der  
Geschäftsführung Ströer Media  
Deutschland GmbH



# Disclaimer

---

Diese Präsentation enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer Out-of-Home 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 dieser 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 Verpflichtung, die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen öffentlich zu aktualisieren oder anzupassen, weder aufgrund von neuen Informationen, zukünftigen Ereignissen oder aus anderen Gründen.



## Hauptversammlung 2012

Ströer Out-of-Home Media AG

21. Juni 2012