

PRESSEMITTEILUNG

50.000 Beacons: Ströer baut erste flächendeckende nationale Beacon-Infrastruktur in Deutschland auf

- **Als erstes Unternehmen verbindet Ströer in Deutschland flächendeckend die reale Welt mit dem Online-Universum**
- **Phase I: Installation von 20.000 Sensoren in Werbeträgern bundesweit bis März 2016**
- **Ströer macht das „Internet der Dinge“ erlebbar**

Köln, 22. September 2015 Gestern hat der Vorstand der Ströer SE beschlossen, rund ein Jahr nach Start des ersten öffentlichen und größten Beacon-Testfeld Deutschlands im Düsseldorfer Hauptbahnhof (DUS Open Playground), als erstes Unternehmen weltweit mit dem Aufbau eines nationalen, flächendeckenden Beacon-Netzwerkes zu beginnen. In der ersten Phase des Rollouts werden laut Planung bis Ende März 2016 rund 20.000 Werbeträger an hochfrequentierten Verkehrsknotenpunkten in Deutschland mit den Sendern ausgestattet. Bis Ende 2016 ist der Ausbau des flächendeckenden Beacon-Netzes auf insgesamt 50.000 Werbeträger geplant. Ströer lässt damit seine Werbeträger interaktiv werden. Mit rund 230.000 POIs in Deutschland besitzt das Unternehmen die Möglichkeit, ganze Städte mit Beacons auszustatten und den digitalen Handshake für Unternehmen einfach und flächendeckend zu ermöglichen.

„Unser Pilotprojekt hat gezeigt, dass das Interesse bei Agenturen und Werbungtreibenden enorm groß und die Technologie vielversprechend ist. Wir gehen davon aus, dass durch die neuen Wearables das Potenzial für Beacon-Anwendungen in den Unternehmen noch einmal stark zunehmen wird. Es gibt bereits einige Beacon-Insellösungen. Wir wollen aber einen Standard schaffen. Mit unserer flächendeckenden und einheitlichen Beacon-Infrastruktur, welche wir in Deutschland aufbauen werden, machen wir das ‚Internet der Dinge‘ für den Konsumenten erlebbar. Ströer verfügt über das digitale Portfolio, um diese

Innovation in die breite Öffentlichkeit zu tragen. Zudem profitieren wir enorm von unserer bestehenden OOH-Infrastruktur und können so das Netz sehr effizient und zu konkurrenzlos niedrigen Kosten ausrollen“, sagt Christian Schmalzl, COO der Ströer SE.

Ziel des Beacon-Netzes von Ströer ist es, die Übergänge zwischen realer und digitaler Welt möglichst einfach zu gestalten. Werbungtreibende haben in der Vergangenheit immer wieder festgestellt, dass die Customer Journey durch Medienbrüche im Übergang zwischen beiden Welten an Effizienz einbüßt. Für Werbungtreibende bietet sich über die Beacon-Infrastruktur von Ströer die Möglichkeit, Konsumenten noch gezielter anzusprechen, indem eine sinnvolle Verbindung von Out-of-Home-Medien und dem Mobile-Kanal geschaffen wird. Die großen Reichweiten, die OOH-Medien erzeugen, können mit der Zielgenauigkeit von Mobile Marketing effektiv kombiniert werden. Konsumenten können über eine mobile Verlängerung der OOH-Kampagne auf dem Smartphone individuell und in Abhängigkeit von ihrem persönlichen Nutzungsverhalten aktiviert werden, zum Beispiel, um ihnen den Weg zum nächsten Geschäft anzuzeigen oder einen personalisierten Rabatt anzubieten. Insbesondere Handelskunden werden von der Entwicklung profitieren, weil sich über die iBeacon-Technologie die Mechaniken des E-Commerce in den stationären Handel integrieren lassen. Beacons pushen im Vorbeigehen Mitteilungen über eine entsprechende App der Werbungtreibenden auf das Smartphone des Users. Zeitlich und örtlich pointierte Zusatzinformationen zu Produkten, Werbeaktionen oder Coupons sprechen auf diese Weise den Konsumenten unmittelbar an und können ihn zum POS lenken.

Als Infrastrukturanbieter nutzt Ströer erstmalig die Möglichkeit, durch den Einsatz der auf Bluetooth Low Energy basierenden Technik die reale Welt mit dem Onlineuniversum in Deutschland zu verbinden. Zuvor hatte Ströer gemeinsam mit der Deutschen Bahn die iBeacon-Technologie sechs Monate lang im Rahmen eines Pilotprojekts am Düsseldorfer Hauptbahnhof getestet. Der Open Playground ergab wichtige Erkenntnisse und hat gezeigt, dass von den durchschnittlich täglich 250.000 Bahnhofsbesuchern rund 40 Prozent Bluetooth aktiviert haben. Philips, L'Oréal, die Agentur t8y.com, die Sparkassen-Finanzportal GmbH und ein Softgetränkhersteller nutzten das Testfeld erfolgreich, um iBeacon-Kampagnen in ihrer Zielgruppe zu testen.

Über Ströer

Die Ströer SE ist ein führendes digitales Multi-Channel-Medienhaus und bietet werbungstreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Premium-Kommunikationslösungen an. Ströer setzt damit in Europa auf dem Gebiet der digitalen Medien zukunftsweisende Maßstäbe in Innovation und Qualität und eröffnet Werbungstreibenden neue Möglichkeiten der gezielten Kundenansprache.

Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Werbeträger im Bereich "Out of Home". Sie beschäftigt rund 2.500 Mitarbeiter an mehr als 70 Standorten. Im Geschäftsjahr 2014 hat die Ströer SE einen Umsatz in Höhe von 721 Millionen Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE ist im SDAX der Deutschen Börse notiert.

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie unter www.stroeer.com.

Pressekontakt

Marc Sausen
Ströer Media SE
Leiter der Konzern-Kommunikation
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-246
Fax: 02236 / 96 45-6246
E-Mail: presse@stroeer.de

Investor Relations

Dafne Sanac
Ströer Media SE
Manager Investor Relations
Ströer-Allee 1 · D-50999 Köln
Telefon: 02236 / 96 45-356
Fax: 02236 / 96 45-6356
E-Mail: dsanac@stroeer.de

Disclaimer

Diese Pressemitteilung enthält "zukunftsgerichtete Aussagen" bezüglich der Ströer SE ("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 Pressemitteilung 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 Pressemitteilung 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.